

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK
WISATA KRISNA *ADVENTURE***

Oleh

Made Ayu Kusumawati, NIM 2117041189

Jurusan S1 Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata *Krisna Adventure*. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya bagaimana persepsi harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk membentuk minat berkunjung kembali, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dimana metode ini adalah mengukur hubungan dua variabel atau lebih, subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung *Krisna Adventure* yang pernah berkunjung minimal 1 kali serta memiliki KTP bali dan telah berusia minimal 17 tahun dan objek yang digunakan adalah minat berkunjung kembali (Y), persepsi harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Data dikumpulkan menggunakan kuisioner dan dokumentasi selanjutnya pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 180 responden, kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata *Krisna Adventure*. Hasil penelitian adalah (1) terdapat pengaruh signifikan persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata *Krisna Adventure* (2) persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata *Krisna Adventure* (3) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata *Krisna Adventure*

Kata-kata kunci : persepsi harga, minat berkunjung kembali, kualitas pelayanan

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND SERVICE QUALITY ON
RETURN VISIT INTEREST AT KRISNA ADVENTURE TOURIST OBJECT***

By

Made Ayu Kusumawati, NIM 2117041189

Jurusan S1 Manajemen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception variables and service quality on the intention to revisit the Krisna Adventure tourist attraction. The background of this study is the importance of how the perception of price and quality of service offered to form the intention to revisit, the method used in this study is a quantitative method with an associative approach where this method is to measure the relationship between two or more variables, the subjects in this study were Krisna Adventure visitors who had visited at least 1 time and had a Balinese ID card and were at least 17 years old and the objects used were the intention to revisit (Y), price perception (X1) and service quality (X2). Data were collected using questionnaires and documentation, then sampling in this study used a purposive sampling technique with a sample size of 180 respondents, then the data analysis technique used was multiple linear regression analysis to test how much influence price perception and service quality had on the intention to revisit the Krisna Adventure tourist attraction. The results of the study are (1) there is a significant influence of price perception and service quality on the interest in returning to the Krisna Adventure tourist attraction (2) price perception has a positive influence on the interest in returning to the Krisna Adventure tourist attraction (3) service quality has a positive influence on the interest in returning to the Krisna Adventure tourist attraction.

Keywords: price perception, revisit intention, service quality