

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE PANTAI LOVINA

Oleh

I Made Argi Darmawan, NIM 2217041192

Program Studi Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke Pantai Lovina, Kabupaten Buleleng, Bali. Latar belakang penelitian didasari oleh fluktuasi kunjungan wisatawan mancanegara serta beragamnya pengalaman wisata yang diduga memengaruhi keputusan kunjungan ulang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Populasi penelitian adalah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Pantai Lovina, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisatawan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Secara parsial, kedua variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik citra destinasi dan semakin positif pengalaman wisatawan, maka semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang. Implikasi penelitian menekankan pentingnya peningkatan promosi, kualitas pelayanan, fasilitas, dan kebersihan lingkungan guna memperkuat loyalitas wisatawan serta mendukung keberlanjutan pariwisata.

Kata kunci: citra destinasi, pengalaman wisatawan, niat berkunjung kembali

THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE AND TOURIST EXPERIENCE ON THE INTENTION TO REVISIT LOVINA BEACH

I Made Argi Darmawan, NIM 2217041192 Program

Studi Manajemen

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of destination image and tourist experience on revisit intention to Lovina Beach, Buleleng Regency, Bali. The background of this study is based on fluctuations in international tourist arrivals and the diversity of tourist experiences, which are assumed to influence revisit decisions. This research employs a quantitative approach with a causal design. The population consists of international tourists who have visited Lovina Beach, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that destination image and tourist experience simultaneously have a positive and significant effect on revisit intention. Partially, both variables also show a positive and significant influence. These findings suggest that the better the destination image and the more positive the tourist experience, the higher the likelihood of revisit intention. The study implies that destination managers should enhance promotional strategies, service quality, facilities, and environmental cleanliness to strengthen tourist loyalty and support sustainable tourism development.

Keywords: destination image, tourist experience, revisit intention.

