

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA DESTINASI  
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN  
PADA DESA TENGANAN PEGRINGSINGAN**

**Oleh**

**I Putu Wahyu Juliastawa, NIM 2217041124**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada Desa Tenganan Pegringsingan, Karangasem. Desa Tenganan Pegringsingan merupakan salah satu desa wisata berbasis budaya *Bali Aga* yang memiliki potensi daya tarik tinggi, namun belum sepenuhnya mampu meningkatkan kunjungan ulang wisatawan, khususnya wisatawan domestik. Hal ini ditunjukkan oleh adanya ketimpangan jumlah kunjungan antara wisatawan domestik dan mancanegara, serta masih ditemukannya ulasan yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan dan kurang kuatnya citra destinasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman wisata yang diperoleh belum sepenuhnya memenuhi harapan wisatawan, sehingga berpotensi menurunkan niat untuk melakukan kunjungan kembali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Tenganan Pegringsingan, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang ditentukan melalui teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *insidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis melalui analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada Desa Tenganan Pegringsingan. Secara parsial, kualitas pelayanan dan citra destinasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada Desa Tenganan Pegringsingan. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan citra destinasi menjadi faktor penting dalam mendorong niat berkunjung kembali wisatawan. Oleh karena itu, pengelola desa wisata perlu mengoptimalkan pelayanan serta memperkuat identitas dan positioning destinasi agar lebih menarik dan kompetitif.

**Kata kunci:** citra destinasi, kualitas pelayanan, niat berkunjung kembali

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND DESTINATION IMAGE  
ON TOURISTS' REVISIT INTENTION TO TENGANAN  
PEGRINGSINGAN VILLAGE**

*By*

**I Putu Wahyu Juliastawa, NIM 2217041124**

*Department of Management, Faculty of Economics*

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of service quality and destination image on tourists' revisit intention to Tenganan Pegringsingan Village, Karangasem. Tenganan Pegringsingan Village is one of Bali Aga's cultural tourism villages with considerable tourism potential. However, it has not been able to fully increase tourists' revisit intention, particularly among domestic tourists. This condition is reflected in the disparity between the number of domestic and international tourist visits, as well as visitor reviews indicating dissatisfaction with the quality of services and a destination image that has not been sufficiently strong. These findings suggest that the tourism experience provided has not fully met visitors' expectations, thereby potentially reducing their intention to revisit. This study employed a quantitative approach with a causal research design. The population consisted of tourists who had previously visited Tenganan Pegringsingan Village. A total of 120 respondents were selected using a non-probability sampling technique through incidental sampling. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that, simultaneously, service quality and destination image have a positive and significant influence on tourists' revisit intention to Tenganan Pegringsingan Village. Partially, both service quality and destination image also have a positive and significant influence on tourists' revisit intention. The findings imply that improving service quality and strengthening the destination image are essential factors in encouraging tourists to revisit the destination. Therefore, the management of the tourism village should continuously enhance service quality while reinforcing the destination's identity and positioning to make it more attractive and competitive.*

**Keywords:** *destination image, revisit intention, service quality*