

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP NIAT KUNJUNGAN ULANG DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA OBJEK WISATA BUKIT KHAYANGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

**UUL RATNA SANIRA
NIM:2010061201019**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT
KUNJUNGAN ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
PADA OBJEK WISATA BUKIT KHAYANGAN**

UUL RATNA SANIRA

Pembimbing : Dr. Gampo Haryono, S.E., M.M.

**Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada objek wisata Bukit Khayangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada objek wisata Bukit Khayangan. Selanjutnya, daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Untuk variabel intervening didapatkan bahwa kepuasan wisatawan berperan sebagai variabel *intervening* pada pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang pada objek wisata Bukit Khayangan.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Kepuasan, Niat Kunjungan Ulang



**THE INFLUENCE OF TOURISM ATTRACTION AND DESTINATION IMAGE ON
RE-VISIT INTENTION WITH SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT
THE KHAYANGAN HILL
TOURISM OBJECT**

UUL RATNA SANIRA

Supervisor : Dr. Gampo Haryono, S.E., M.M.

**Management Study Program
At the Sakti Alam Kerinci College of Economics, Sungai Penuh**

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of tourist attraction and destination image on intention to revisit with satisfaction as an intervening variable at the Khayangan Hill tourist attraction. This research uses a quantitative descriptive approach. The research method used is the survey method. The research results show that tourist attraction, destination image, and tourist satisfaction have a positive and significant effect on the intention to revisit the Khayangan Hill tourist attraction. Furthermore, tourist attraction has a positive and significant effect on tourist satisfaction, while destination image has no significant effect on tourist satisfaction. For the intervening variable, it was found that tourist satisfaction acts as an intervening variable in the influence of tourist attraction and destination image on intention to revisit the Khayangan Hill tourist attraction

Keywords: *Tourist Attraction, Destination Image, Satisfaction, And Intention to Revisi*

