

ABSTRAK

Aditya Ahmad Fauzi, 2019: Kepuasan dan Niat Mengunjungi Kembali Pengunjung Kawah Putih Ciwidey: Faktor-faktor yang Memengaruhi. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Shandy Aditya, BIB., MPBS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan, keterikatan tempat terhadap kepuasan, citra tempat terhadap kepuasan, kepuasan terhadap niat mengunjungi kembali, nilai yang dirasakan terhadap niat mengunjungi kembali, keterikatan tempat terhadap niat mengunjungi kembali, citra tempat terhadap niat mengunjungi kembali. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 250 responden dengan kriteria wisatawan yang pernah berkunjung ke Kawah Putih Ciwidey dengan minimal satu kali kunjungan. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor dan SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat mengunjungi kembali. Keterikatan tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat mengunjungi kembali. Citra tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat mengunjungi kembali. Kepuasan berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali.

Kata kunci: Nilai yang Dirasakan, Keterikatan Tempat, Citra Tempat, Kepuasan, Niat Mengunjungi Kembali, *Volcano Tourism*, Kawah Putih Ciwidey

ABSTRACT

Aditya Ahmad Fauzi, 2019: Satisfaction and Revisit Intention of Kawah Putih Ciwidey Visitors: Influence Factors. Thesis, Jakarta: Study Program S1 Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Counselor Team: Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Shandy Aditya, BIB., MPBS

The purposes of this research are to determine the effects of .perceived value on satisfaction, place attachment on satisfaction, destination image on satisfaction, satisfaction on revisit intention, perceived value on revisit intention, place attachment on revisit intention, destination image on revisit intention. The method of datas collection uses survey method with the instrument in the form of questionnaire. The samples of this study are 250 respondents who have visited Kawah Putih Ciwidey at least one time visit. Technical analysis of data uses factor analysis and SEM. The results of this study are, perceived value has positive effects on satisfaction and revisit intention, place attachment has positive effects on satisfaction and revisit intention. Destination image has positive effects on satisfaction and revisit intention. Satisfaction has positive effects on revisit intention.

Keywords: Perceived Value, Place Attachment, Destination Image, Satisfaction, Revisit Intention, Volcano Tourism, Kawah Putih Ciwidey