

ABSTRAK

Pengaruh *Destination Service Quality* Terhadap *Perceived Value* Dan *Revisit Intention* (Kasus Pada Destinasi Wisata Pantai Pangandaran)

Oleh :

Rifal Rizqiya Rahmi

NIM. 163402198

Pembimbing I : Mohammad Soleh Soeaidy S.E., M.Si

Pembimbing II : Adhitya Rahmat Taufiq, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *destination service quality*, *perceived value*, dan *revisit intention* pada destinasi wisata Pantai Pangandaran. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan bukti empiris tentang variabel yang diteliti. Kuesioner terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel wisatawan yang telah mengunjungi Pantai Pangandaran. Sampel penelitian terdiri dari 236 responden, dan teknik analisis data SEM(*Structural Equation Model*) digunakan untuk menganalisis data. Kuesioner mencakup item-item terkait *destination service quality*, *perceived value*, dan *revisit intention*, sehingga memungkinkan penilaian menyeluruh terhadap variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *destination service quality* dengan *perceived value*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika wisatawan mengalami kualitas layanan yang lebih tinggi di Pantai Pangandaran, mereka cenderung mengalami persepsi nilai yang lebih tinggi dalam pengalaman wisata keseluruhan. Selain itu, ditemukan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*, menunjukkan bahwa wisatawan yang mengalami nilai yang lebih tinggi cenderung ingin berkunjung kembali ke destinasi tersebut di masa depan. Dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan, pemangku kepentingan dapat meningkatkan *perceived value* wisatawan, yang pada gilirannya akan mendorong *revisit intention* yang lebih tinggi dan mempromosikan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *destination service quality; perceived value; revisit intention.*

ABSTRACT

The Effect Of Destination Service Quality On Perceived Value And Revisit Intention (Cases in Pangandaran Beach Tourism Destinations)

By :

Rifal Rizqiya Rahmi

NIM. 163402198

Guide I : Mohammad Soleh Soeaidy S.E., M.Si

Guide II : Adhitya Rahmat Taufiq, S.E., M.Si.

This research aims to examine the relationship between destination service quality, perceived value, and revisit intention in Pangandaran Beach tourism destination. The research adopts a quantitative research design to gather empirical evidence on the variables under investigation. A structured questionnaire is utilized to collect data from a sample of tourists who have visited Pangandaran Beach. The sample of this research consists of 236 respondents, and various statistical techniques, such as correlation analysis and regression analysis, are employed to analyze the data. The questionnaire includes items related to destination service quality, perceived value, and revisit intention, allowing for a comprehensive assessment of the variables. The findings indicate a significant relationship between destination service quality and perceived value. This suggests that when tourists perceive higher levels of service quality in Pangandaran Beach, they are more likely to perceive greater value in their overall tourism experience. Furthermore, perceived value is found to have a significant influence on revisit intention, indicating that tourists who perceive higher value are more inclined to revisit the destination in the future. By focusing on enhancing service quality, stakeholders can improve tourists' perceived value, ultimately fostering higher revisit intention and promoting sustainable tourism development.

Keywords: destination service quality; perceived value; revisit intention.