

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI PULAU PAHAWANG LAMPUNG

Studi Kasus pada Wisatawan Pecinta *Snorkeling* di Pulau Pahawang Lampung

Dhiajeng Dwi Suryani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat kunjung kembali pada wisatawan pecinta *snorkeling* di Pulau Pahawang Lampung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan Pulau Pahawang yang melakukan aktivitas *snorkeling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali, (2) Secara parsial, promosi tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Kunjung Kembali.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY TOWARDS THE INTEREST OF TOURIST TO REVISIT PAHAWANG ISLAND LAMPUNG

Case Study on Snorkeling Enthusiast at Pahawang Island Lampung

Dhiajeng Dwi Suryani
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2018

This study aims to determine the influence of promotion and service quality simultaneously and partially towards the interests of Snorkeling Enthusiast tourist to revisit Pahawang Island Lampung. The type of this research is quantitative. The population of this study is Pahawang Island tourists who do snorkeling activities. The amount of samples in this research is 100 respondents. Sample selection technique used in this research is purposive sampling. The instrument tests used in this research are validity and reliability test. The analysis technique used in this research is multiple linear regression.

The result of the research shows that: (1) Promotion and service quality simultaneously influenced the interest to revisit, (2) Partially, promotion did not influence the interest to revisit while service quality influenced the interest to revisit.

Keywords: Promotion, Quality of Service, Interest of return visit.