

## ABSTRAK

### **STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN MELALUI DAYA TARIK WISATA DAN *DESTINATION IMAGE* SERTA PENGARUHNYA TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA OBJEK WISATA ALAM DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**MELY MELSADILA**

Objek wisata alam merupakan salah satu bentuk rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Keunikan pariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata dan *destination image* terhadap *revisit intention* pada objek wisata alam di Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah 854.084 orang pengunjung objek wisata alam di Bandar Lampung dengan jumlah Sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, variabel *destination image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Sedangkan hasil secara simultan variabel daya tarik wisata dan *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* dengan nilai *R Square* sebesar 0,594 atau 59,4%.

**Kata Kunci:** *Pariwisata Berkelanjutan, Daya Tarik Wisata, Destination Image, Revisit Intention*

## **ABSTRACT**

### **SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY THROUGH TOURIST ATTRACTION AND DESTINATION IMAGE AND ITS INFLUENCE ON REVISIT INTENTION FOR NATURAL TOURISM OBJECTS IN BANDAR LAMPUNG**

*By*

**MELY MELSADILA**

*Natural attraction is a form of recreation and tourism that utilizes available natural resources. The uniqueness of tourism is the main attraction for tourists. This study aims to determine how much influence tourist attraction and destination image on revisit intention for natural tourism objects in Bandar Lampung. The population in this study are 854,084 natural tourism objects visitors in Bandar Lampung and the sample amounted to 100 respondents who were taken using the technique purposive sampling. The kinds of data used were primary and secondary data. Data were collected by using a questionnaire. The data in this study were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate variable tourist attraction partially significant effect on revisit intention, variable destination image partially significant effect on revisit intention. While the results are simultaneously variable tourist attraction and destination image significant effect on revisit intention with value R Square of 0.594 or 59.4%.*

***Keywords: Sustainable Tourism, Tourist Attraction, Destination Image, Revisit Intention***