

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU PAHAWANG LAMPUNG

Oleh

RANTI PUSPITASARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pulau Pahawang Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan Lampung yang sudah pernah mengunjungi Pulau Pahawang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Data diperoleh melalui kuesioner *Google Form* dan disebarluaskan secara *online* melalui aplikasi *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, dan *Instagram*. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R^2 dengan menggunakan penghitungan komputasi program SPSS 26 (*Statistical Package for Social Science*). Hasil pada penelitian ini adalah variabel pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali Pulau Pahawang Lampung. Rekomendasi yang disarankan oleh penulis kepada pihak pengelola Pulau Pahawang Lampung adalah pentingnya bagi pihak pengelola Pulau Pahawang untuk menjaga kualitas kebersihan dan kelangsungan kawasan pantai dan lebih bijak dalam menentukan harga sehingga dapat terjangkau oleh wisatawan. Selain itu juga, kenaikan harga harus tetap pada batas-batas yang wajar dan dapat diterima oleh kedua belah pihak tanpa ada yang merasa dirugikan. Serta meningkatkan kualitas produk dan jasa agar wisatawan dapat memberikan toleransi terhadap adanya *competitor* yang berdatangan lebih banyak dan menarik di kemudian hari.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Berkunjung Kembali

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER SATISFACTION ON TOURIST INTENTION TO REVISIT PAHAWANG ISLAND LAMPUNG

By

RANTI PUSPITASARI

This research aims to determine the influence of customer experience and customer satisfaction on tourists' intentions to revisit Pahawang Island, Lampung. This research uses a method quantitative. The population of this research is Lampung tourists who have visited Pahawang Island. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data was obtained through a Google Form questionnaire and distributed online via the WhatsApp, Twitter, Line and Instagram applications. The analysis techniques used include validity tests, reliability tests, multiple linear regression, t tests, F tests, and R2 tests using computational calculations from the SPSS 26 (Statistical Package for Social Science) program. The results of this research are that the variables customer experience and customer satisfaction have an influence on tourists' revisit intentions to Pahawang Island, Lampung. The recommendation suggested by the author to the management of Pahawang Island, Lampung, it is important for the management of Pahawang Island to maintain the quality of cleanliness and sustainability of the beach area and to be wiser in determining prices so that they are affordable for tourists. Apart from that, price increases must remain within reasonable limits and be acceptable to both parties without anyone feeling disadvantaged. As well as improving the quality of products and services so that tourists can tolerate competitors who will arrive in greater numbers and become more attractive in the future.

Keywords: Customer Experience, Customer Satisfaction, Revisit Intention