

ABSTRAK

Gandhi Satria Wicaksana, Nomor Mahasiswa 152120094, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Wisatawan” (Studi Pada Wisatawan yang Berkunjung Pada Obyek Wisata Telaga Menjer di Wonosobo), 2019. Dosen Pembimbing I Eny Endah Pujiastuti dan Dosen Pembimbing II Suratna. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan serta dampaknya pada kepercayaan wisatawan. Penelitian menggunakan tipe *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi Telaga Menjer. Ukuran sampel penelitian ini sebanyak 115 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan metode *systematic random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang menggunakan metode *Path Analysis*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Z) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh yang signifikan variabel Pengalaman Wisatawan (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Z), hal ini dapat dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada yang pengaruh signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada Pengaruh yang signifikan variabel Pengalaman Wisatawan (X2) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y) hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh yang signifikan variabel Kepuasan Wisatawan (Z) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y) hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y) melalui Kepuasan Wisatawan (Z) hal ini dibuktikan dengan nilai thitung $7,54 > t\text{-tabel } 1,98$. Ada Pangaruh yang signifikan variabel Pengalaman Wisatawan (X2) terhadap Kepercayaan Wisatawan (Y) melalui Kepuasan Wisatawan (Z) hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung $7,28 > t\text{-tabel } 1,98$.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, pengalaman wisatawan, kepuasan, kepercayaan wisatawan*