

Abstrak

Dito Bramanta dengan NIM Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Hubungan Antara *Destination Image*, *Service Quality*, *Satisfaction* Dan *Revisit Intention* Wisata Pantai Di Kulonprogo Yogyakarta” (Dosen Pembimbing I Dr. Susanta, M.Si.dan Dosen Pembimbing II Dosbing 2 Suratna, S.Sos, M.AB. Obyek wisata pantai yang dimiliki Kulon Progo meliputi Glagah, Trisik dan Congot.

Pantai merupakan obyek wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan. Obyek wisata pantai masih memungkinkan untuk dikembangkan baik dengan menambah jumlahnya atau meningkatkan kualitas obyek wisatanya, kunjungan wisatawan ke pantai Kulon Progo mengalami naik dan turunnya wisatawan lokal maupun luar daerah. Penelitian ini meneliti Pengaruh Antara *Destination Image*, *Service Quality*, *Satisfaction* Dan *Revisit Intention* Wisata Pantai Di Kulonprogo Yogyakarta.

Metode penelitian *non probability sampling* dengan jumlah sampling sebanyak 109 sampel dari populasi sebanyak 150 dengan hasil penelitian yaitu, *H1: Satisfaction Berpengaruh Positif Terhadap Revisit Intention Konsumen; H2: Destination Image Berpengaruh Positif Terhadap Revisit Intention Konsumen; H3: Destination Image tidak Berpengaruh Terhadap Satisfaction; H4: Satisfaction Berperan Dalam Memediasi Hubungan Antara Destination Image Dan Revisit Intention Konsumen; H5: Service Quality tidak Berpengaruh Terhadap Revisit Intention Konsumen; H6: Service Quality Berpengaruh Positif Terhadap Satisfaction; H7: Satisfaction Berperan Dalam Memediasi Hubungan Antara Service Quality Dan Revisit Intention Konsumen.*

Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya fasilitas yang ada di ketiga pantai tersebut dilengkapi dan ditenahi sehingga menambah kenyamanan, keamanan dan estetika yang bagus untuk pengunjung. masyarakat setempat sebaiknya diedukasi agar ramah tamah sehingga pengunjung senang dan memiliki rasa loyalitas tinggi, rasa aman harus diberikan berupa pengamanan terhadap pengunjung oleh petugas SAR dan keamanan setempat, bagi peneliti selanjutnya, agar dapat memasukkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan saat berkunjung dan loyalitas untuk mengulang kedatangan pada wisatawan.

Kunci: *Destination Image, Service Quality, Satisfaction, Revisit Intention*