

ABSTRAK

Pantai Slopeng merupakan tempat yang ideal untuk melepas lelah dan menikmati pemandangan. Di sisi lain, Pantai Slopeng telah menerima banyak umpan balik yang buruk dari pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh hubungan dari citra destinasi, produk wisata, kepuasan pengunjung dan loyalitas destinasi wisata Pantai Slopeng di Kabupaten Sumenep. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian, yang melibatkan penggunaan instrumen survei yang disebut kuesioner. Dengan menggunakan pendekatan SmartPLS (*partial last Square*), analisis regresi dan *Structural Equation Model* (SEM) digunakan untuk analisis. Hasil Penelitian ini mengungkapkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, produk wisata menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan, variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap loyalitas, citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas, dan produk wisata memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas. Selain itu, citra destinasi dan produk wisata memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Produk Wisata, Kepuasan, Loyalitas

ABSTRACT

Slopeng Beach is an ideal place to unwind and enjoy the view. On the other hand, Slopeng Beach has received a lot of bad feedback from visitors. This study aims to analyse the relationship effects of destination image, tourism products, visitor satisfaction and destination loyalty of Slopeng Beach tourism in Sumenep District. Quantitative methods were used in the study, which involved the use of a survey instrument called a questionnaire. Using the SmartPLS (partial last Square) approach, regression analysis and Structural Equation Model (SEM) were used for analysis. The results of this study reveal that destination image has a positive effect on visitor satisfaction, tourism products show a positive effect on satisfaction, visitor satisfaction variables have a positive effect on loyalty, destination image has a positive effect on loyalty, and tourism products have a negative effect on loyalty. In addition, destination image and tourism products have an influence on loyalty through visitor satisfaction.

Keywords: Destination Image, Tourism Products, Satisfaction, Loyalty