

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengunjung terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi pada destinasi wisata wilayah pesisir Kabupaten Sampang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah datang ke destinasi wisata pesisir yaitu Pantai Camplong, Pantai Lon Malang, dan Air Terjun Toroan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, namun tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali. Sementara itu, kepuasan pengunjung juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun, secara simultan, pengalaman dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, walaupun kepuasan tidak sepenuhnya memediasi hubungan antara pengalaman dan minat tersebut. Temuan ini mengindikasikan perlunya mempertimbangkan variabel tambahan untuk memperkuat model yang menjelaskan perilaku kunjungan ulang wisatawan, khususnya pada destinasi pesisir yang memiliki karakteristik unik.

Kata kunci: pengalaman pengunjung, kepuasan pengunjung, minat berkunjung kembali, destinasi pesisir, wisata Sampang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of visitor experience on revisit intention with visitor satisfaction as a mediating variable in coastal tourism destinations in Sampang Regency. A quantitative approach was used with Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) as the analysis method. The population of this study consists of visitors who had traveled to coastal tourism destinations such as Camplong Beach, Lon Malang Beach, and Toroan Waterfall. The sample involved 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire that had been validated for reliability and validity. The results revealed that visitor experience significantly affects satisfaction but does not directly influence revisit intention. Likewise, satisfaction does not have a significant direct effect on revisit intention. However, both experience and satisfaction simultaneously have a significant effect on revisit intention, although satisfaction does not fully mediate the relationship between experience and revisit intention. These findings suggest the need for incorporating additional variables to strengthen the model explaining tourist revisit behavior, particularly for coastal destinations with distinctive attributes.

Keywords: *visitor experience, visitor satisfaction, revisit intention, coastal destination, Sampang tourism*