

ABSTRACT

Nurul Falahah, The Influence of Tourism Product Attributes on Visitor Loyalty with Visitor Satisfaction as a Mediating Variable (Study on Tlangoh Beach Tourism, Bangkalan Regency). Under the guidance of Triana Setiyarini, S.E., M.M. Bachelor of Management Study Program, Trunojoyo University, Madura.

This study aims to determine the influence of tourism product attributes on visitor loyalty with visitor satisfaction as a mediating variable. The method used in this research is purposive sampling, namely a sample determination technique by considering certain criteria with a sample size of 97 respondents. By using the path analysis method (path analysis).

The results of this study indicate that 1) Tourism product attributes have a positive and significant effect on visitor satisfaction at Tlangoh Beach Tourism. 2) Tourism product attributes have a positive and significant effect on visitor loyalty to Tlangoh Beach Tourism. 3) Visitor satisfaction has a positive and significant effect on visitor loyalty to Tlangoh Beach Tourism. 4) Tourism product attributes have a positive and significant effect on visitor loyalty through visitor satisfaction at Tlangoh Beach Tourism.

Keywords: Tourism Product Attributes, Visitor Satisfaction, Visitor Loyalty

ABSTRAK

Nurul Falahah, Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan). Di bawah bimbingan Triana Setiyarini, S.E., M.M. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Atribut produk wisata terhadap Loyalitas Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Dengan menggunakan metode analisis jalur(*path analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Atribut produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh. 2) Atribut Produk Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh. 3) Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh. 4) Atribut produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung pada pada Wisata Pantai Tlangoh.

Kata Kunci : Atribut Produk Wisata, Kepuasan Pengunjung, Loyalitas Pengunjung