

ABSTRACT

This study discusses about the marketing to marine tourism. The aim of this study is to determine service quality and motivation on revisit intention. The object of this research is tourist Tidung Island in the territory of the Seribu Island. The samples used are 150 respondents. Sampling technique using convenience sampling, by using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM LISREL. The results of this research indicates that service quality significantly influence revisit intention. Then motivation for a trip significantly influence revisit intention.

Keywords: Service Quality, Motivation, Revisit Intention



ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemasaran wisata bahari. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi berwisata terhadap intensi berkunjung kembali. Objek penelitian ini adalah wisatawan Pulau Tidung di wilayah Kepulauan Seribu. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif . karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap intensi berkunjung kembali. Kemudian motivasi berwisata berpengaruh signifikan terhadap intensi berkunjung kembali.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Motivasi Berwisata, Intensi Berkunjung Kembali

