

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah lokasi, persepsi harga, dan citra destinasi wisata berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ulang. Objek penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke pantai Randusanga Indah Brebes Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden dengan menggunakan teknik survey dengan alat penyebaran kuesioner. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Instrumen data menggunakan metode statistik SEM software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Variabel persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung ulang dan variabel citra destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

**Kata kunci : Lokasi, Persepsi Harga, Citra Destinasi , Minat Berkunjung Ulang**



## ABSTRACT

*The purpose of the research to test whether the location, price perception and destination image affect the revisiting interest. The object of research is tourists who have visited the Randusanga Indah Beach in Brebes Central Java. This research was conducted on 150 respondents by using survey technique with questionnaires distribution tools. This type of reseach is quantitative causal. The data instrument uses SEM statistical method of SmartPLS software version 3.0. The results of this research indicate that location variables have a positive and significant effect on interest in revisiting. Price preception variables have a significant positive effect on revisiting interest and image variables of tourist destinations have a positive and significant effect on revisiting interest.*

***Keywords : Location, Price Perception, Destination Image, Revisiting Interest***

