

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine whether tourist attraction, price perception, and experience influence tourists interest in revisiting.. The object of this research is tourists who have visited Tidung Island in the Thousand Islands. This research was conducted on 95 respondents using survey techniques with questionnaires. This type of research is quantitative causal. Data instruments used the SEM statistical method software SmartPLS version 3.0. The results of this study indicate that the variable tourist attraction has a positive and significant effect on the interest in revisiting. Variable price perception has a positive and significant effect on re-visit interest and tourism experience variables have a positive and significant effect on interest in revisiting.*

**Keywords:** *Tourist Attractions, Price Perception, Experience, and Interest in Revisiting*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah daya tarik wisata, persepsi harga, dan pengalaman berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ulang. Objek penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Pulau Tidung di Kepulauan Seribu. Penelitian ini dilakukan terhadap 95 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 daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang dan variabel pengalaman wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Pengalaman, Minat Berkunjung Ulang.

