

## **ABSTRACT**

*This study discusses the marketing of monuments tours. The purpose of this research is to know the influence of service quality and Tourism Promotion on the interest of the visit. The object of this research is tourists National Monument. The sample used is 152 respondents. Sampling technique using purposive sampling. Using quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of SEM LISREL. The results of this study indicate that the quality of service has a significant effect on the interest of re-visit. Then the promotion of tourism has a significant effect on the interest of re-visit.*

*Keywords: Quality of Service, Tourism Promotion, Visit Interest.*



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemasaran wisata monumen. Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Promosi Wisata terhadap Minat kunjungan ulang. Objek penelitian ini adalah wisatawan Monumen Nasional. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 152 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive 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 minat berkunjung ulang. Kemudian promosi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi Wisata, Minat Berkunjung Ulang.

