

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *Destination Image* dan *Customer Experience* Terhadap *Satisfaction* dan *Revisit Intention*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Taman Safari Indonesia II Jatim yang telah berkunjung minimal dua kali. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 115 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *PartialLeast Square* atau *PLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *destination image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, *destination image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, *customer experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

**Kata Kunci:** *destination image, customer experience, satisfaction, revisit intention.*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine and measure the effect of Destination Image and Customer Experience on Satisfaction and Revisit Intention. This study uses a quantitative descriptive research approach. The population in this study were visitors to Taman Safari Indonesia II East Java who had visited at least twice. The number of samples used in this study amounted to 115 respondents. Sources of data used in this study using primary data obtained from distributing questionnaires to respondents. The data analysis technique in this study uses PartialLeast Square or PLS. The results of the study show that destination image has no positive and significant effect on satisfaction, destination image has no positive and significant effect on revisit intention, customer experience has a positive and significant effect on satisfaction, customer experience has no positive and significant effect on revisit intention, satisfaction has a positive and significant effect on revisit intention.*

**Keywords:** *destination image, customer experience, satisfaction, revisit intention.*