

ABSTRAK

Silvi Nur Khoviyah. Program Studi Administrasi Bisnis. Universitas Yudharta Pasuruan. July 2023. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Memorable Tourism Experience dan Revisit Intention (Study Pengunjung Hawaii Waterpark Malang).

Pemasaran Pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang dilaksanakan sebagai suatu kebijakan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang kepariwisataan. Baik milik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup local, regional, nasional dan internasional untuk dapat mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap *Memorable Tourism Experience* Dan *Revisit Intention* (Studi Pada Pengunjung Hawaii Waterpark). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian. *Purposive Sampling* yaitu pengumpulan data yang digunakan melalui sebar kuesioner atau angket kepada 100 responden pengunjung Hawaii Waterpark Malang. Teknik analisis data menggunakan PLS versi 4, yang mana data tersebut akan diolah, diuraikan, dan dibahas untuk menjawab dan membuktikan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Daya Tarik Wisata (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Memorable Tourism Experience* (Y_1). Daya Tarik Wisata (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* (Y_2) *Memorable Tourism Experience* (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* (Y_2).

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, *Memorable Tourism Experience* Dan *Revisit Intention*.

ABSTRACT

Silvi Nur Khoviyah. Business Administration Study Program. Yudharta Pasuruan University. July 2023. The Effect of Tourist Attraction on Memorable Tourism Experience and Return Intentions (Visitor Study of Hawai Waterpark Malang).

Tourism Marketing is a system and coordination implemented as a policy for companies engaged in tourism. Both private and government owned, within the scope of local, regional, national and international to be able to achieve tourist satisfaction by obtaining reasonable profits.

This research was conducted to determine the effect of tourist attraction on *Memorable Tourism Experience and Revisit Intention* (Study on Visitors to Hawaii Waterpark). This type of research uses research. *Purposive Sampling*, namely collecting data used by distributing questionnaires to 100 respondents to visitors to Hawaii Waterpark Malang. The data analysis technique uses PLS version 4, where the data will be processed, described, and parsed to answer and prove the hypothesis proposed.

Based on the results of the research, it can be seen that Tourist Attraction (X1) has a positive and significant effect on *Memorable Tourism Experience* (Y1). Tourist Attraction (X1) has no positive and significant effect on *Revisit Intention* (Y2) *Memorable Tourism Experience* (Y1) has a positive and significant effect on *Revisit Intention* (Y2).

Keywords: *Tourist Attraction, Memorable Travel Experience and Intention to Revisit.*