

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara langsung maupun tidak langsung pengaruh kualitas layanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung sebagai Variabel *intervening* pada Pengunjung Pantai Cacalan Klatak Kabupaten Banyuwangi. jumlah sampel Penelitian ini adalah 100 dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan WarpPLS 6.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (2) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (3) promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (4) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (5) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (6) promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (7) kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, (8) kualitas layanan, fasilitas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung sebagai variable *intervening*.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Fasilitas, promosi, Kepuasan pengunjung dan Loyalitas Pengunjung

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine directly or indirectly the effect of service quality, facilities and promotions on visitor loyalty through visitor satisfaction as an intervening variable on Cacalan Beach Visitors, Klatak, Banyuwangi Regency. The number of samples in this study was 100 using purposive sampling technique. The analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) using WarpPLS 6.0. The results of data analysis show that (1) service quality has a significant effect on visitor satisfaction, (2) facilities have a significant effect on visitor satisfaction, (3) promotions have a significant effect on visitor satisfaction, (4) service quality has a significant effect on visitor loyalty, (5) facilities have a significant effect on visitor loyalty, (6) promotions have no significant effect on visitor loyalty, (7) satisfaction has a significant effect on visitor loyalty, (8) service quality, facilities and promotions have a significant effect on visitor loyalty through visitor satisfaction as an intervening variable,

Keywords: *Quality of service, facilities, promotion, visitor satisfaction and visitor loyalty*

