

**ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022**

**Alfiani Rachmawati**

**1202018055**

**Pengaruh Pengalaman Pengunjung dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi serta Tinjauannya dari Perspektif Islam (Studi Kasus Taman Impian Jaya Ancol)**

XIII + 148 halaman + 22 tabel + 6 lampiran

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung Pengalaman Pengunjung, Citra Destinasi, dan Kepuasan Pengunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali di Taman Impian Jaya Ancol serta Tinjauannya dari Perspektif Islam. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Sampel pada penelitian ini ialah 200 Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol dengan kriteria pernah mengunjungi Taman Impian Jaya Ancol dan bersedia menjadi responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengalaman pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (2) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (3) Kepuasan Pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, (4) pengalaman pengunjung tidak berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali, (5) Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, (6) Kepuasan Pengunjung mampu memediasi hubungan pengalaman pengunjung terhadap niat Berkunjung Kembali, (7) Kepuasan Pengunjung mampu memediasi hubungan citra destinasi terhadap niat Berkunjung Kembali. Menurut pandangan Islam, aktivitas pemasaran merupakan usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dan keberkahan.

**Kata Kunci:** Pengalaman Pengunjung, Citra Destinasi, Niat Berkunjung Kembali, Kepuasan Pengunjung, Islam