

ABSTRAK

Pengaruh Perceived Risk dan Service Quality terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang di Nagari Koto Gadang Koto Anau dengan Destination Image sebagai Variabel Mediasi

Oleh: Moudiana Faren

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Destination Image* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (2) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Destination Image* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (3) Pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (4) Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (5) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (6) Peran Mediasi *Destination image* antara *Perceived Risk* dan *Revisit Intention*, (7) Peran Mediasi *Destination image* antara *Service Quality* dan *Revisit Intention*.

Penelitian ini digolongkan pada penelitian *explonatory research*. Populasi penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung ke objek wisata pemandian air panas Bukik Gadang dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 151 sampel. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil pada penelitian ini: (1) *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Destination Image* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (2) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Destination Image* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (3) *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (4) *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (5) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Bukik Gadang, (6) *Destination Image* signifikan memediasi hubungan antara *Perceived Risk* dan *Revisit Intention*, (7) *Destination Image* signifikan memediasi hubungan antara *Perceived Risk* dan *Revisit Intention*.

Kata Kunci: Destiantion Image, Revisit Intention, Perceived Risk, Service Quality