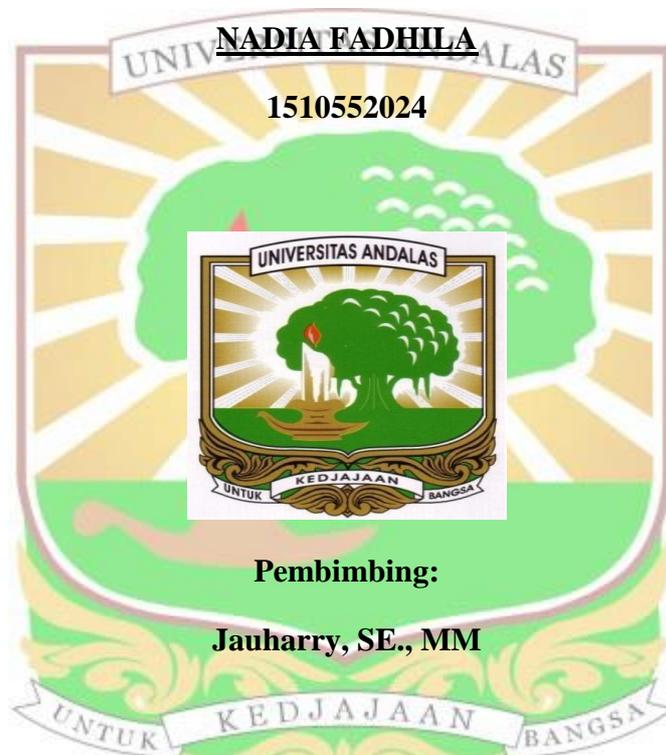


**PENGARUH PERSEPSI DAYA TARIK, PERSEPSI KUALITAS,
PERSEPSI RISIKO, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PADA OBJEK WISATA PANTAI PADANG**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**

Diajukan oleh:



PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

KAMPUS II PAYAKUMBUH

2019

	No. Alumni Universitas	NADIA FADHILA	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat / tanggal lahir: Padang / 1 Mei 1998, b). Nama Orang Tua: Alm. Irwan dan Feirial, c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1510552024, f). Tanggal Lulus: 14 Januari 2019, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,24 i). Lama Studi: 3 tahun 5 bulan, j). Alamat Orang Tua: Komplek Palimo Indah blok J.5, Kec. Pauh Kel. Cupak Tengah, Kota Padang		

Pengaruh Persepsi Daya Tarik, Persepsi Kualitas, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pada Objek Wisata Pantai Padang

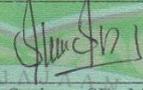
*Skripsi oleh Nadia Fadhila
Pembimbing : Jauharry, SE., MM*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi daya tarik, persepsi kualitas, persepsi risiko, dan persepsi nilai terhadap niat berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan pada objek wisata Pantai Padang. Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung yang berwisata di objek wisata Pantai Padang sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling*. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *structural equation modeling* melalui *software Smart PLS*. SEM digunakan untuk menilai efek mediasi kepuasan antara masing-masing konstruk persepsi dan niat berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Padang. Hasil penelitian menunjukkan nilai *R_Square* untuk variabel kepuasan yaitu 0,743665 dan untuk variabel niat berkunjung kembali yaitu 0,410477. Hal ini menyatakan bahwa adanya pengaruh positif persepsi daya tarik, persepsi kualitas, persepsi risiko, dan persepsi nilai yang dimediasi oleh kepuasan terhadap niat berkunjung kembali. Serta adanya pengaruh positif pada kepuasan terhadap niat berkunjung kembali.

Kata Kunci : *Persepsi Daya Tarik, Persepsi Kualitas, Persepsi Risiko, Persepsi Nilai, Kepuasan*

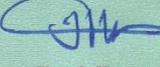
Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 14 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing pada tanggal 14 Januari 2019.

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama :	Jauharry, S.E., MM	DR. Susiana, SE., M.Si., AK	Faisal Ali Ahmad, S.P., M.Si
	NIP: 197806022009121001	NIP: 1972031919932002	NIP: 197905132006041014

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh : **Lukman, S.E., M.Si.**
NIP: 196411231993031003


Tanda Tangan

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan