

ABSTRAK

Benteng Kuto Besak merupakan salah satu destinasi sejarah unggulan di Kota Palembang yang terus menarik minat wisatawan. Namun, keberadaan pengamen di sekitar kawasan wisata menimbulkan gangguan dan berpotensi membentuk citra negatif. Penelitian kuantitatif ini bertujuan menganalisis pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap minat kunjung ulang. Sampel diambil secara insidental sebanyak 96 melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Cochran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang dengan nilai t hitung sebesar 5.827, sedangkan citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial, dengan nilai t hitung sebesar 1.423. Secara simultan, citra destinasi dan pengalaman wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang dengan nilai f hitung sebesar 2.701. Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisatawan secara bersama-sama mampu menjelaskan 58% variasi minat kunjung ulang.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Minat Kunjung Ulang, Benteng Kuto Besak

ABSTRACT

Kuto Besak Fortress is one of the leading historical destinations in Palembang City that continues to attract tourist interest. However, the presence of street performers around the tourist area causes disturbances and has the potential to form a negative image. This quantitative study aims to analyze the influence of destination image and tourist experience on revisit intention. A sample of 96 respondents was obtained through incidental sampling by distributing questionnaires, with the sample size determined using Cochran's formula. The results of the study show that tourist experience has a significant influence on revisit intention, with a t -value of 5.827. In contrast, destination image does not have a significant partial effect, with a t -value of 1.423. Simultaneously, destination image and tourist experience have a significant influence on revisit intention, with an F -value of 2.701. The coefficient of determination indicates that destination image and tourist experience together explain 58% of the variation in revisit intention.

Keywords: *Destination Image, Tourist Experience, Revisit Intention, Benteng Kuto Besak*