

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Museum Batik Kota Pekalongan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Educational Tourism Experience*, *Servicescape*, Daya Tarik Wisata dan *City Branding* terhadap Kepuasan Wisatawan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan metode penarikan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Educational Tourism Experience* (X1) berpengaruh secara positif pada Kepuasan Wisatawan (Y). *Servicescape* (X2) berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Wisatawan (Y). Daya Tarik Wisata (X3) berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Wisatawan (Y). Dan *City Branding* (X4) berpengaruh secara positif dan signifikan pada Kepuasan Wisatawan (Y). Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara simultan *Educational Tourism Experience* (X1), *Servicescape* (X2), Daya Tarik Wisata (X3) dan *City Branding* (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Museum Batik Pekalongan dan model penelitian tersebut memiliki kelayakan yang baik.

Katakunci : *Educational Tourism Experience*, *Servicescape*, Daya Tarik Wisata, *City Branding*, Kepuasan Wisatawan

ABSTRACT

This research was conducted on visitors to the Museum of Batik in Pekalongan City with the aims of knowing and analysis influence Educational Tourism Experience, Servicescape, Tourism Attractions and City Branding influenced Tourist Satisfaction. The number of samples in this study was 100 people with a sample method using the Accidental Sampling method. The analytical tool used to test the hypotheses in this study uses multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that partially Educational Tourism Experience (X1) has a positive effect on Tourist Satisfaction (Y). Servicescape (X2) has a positive and significant effect on Tourist Satisfaction (Y). Tourism Attractions (X3) positive and significant effect on Tourist Satisfaction (Y). And City Branding (X4) has a positive and significant effect on Tourist Satisfaction (Y). Besides, the results of the study also showed that simultaneously Educational Tourism Experience (X1), Servicescape (X2), Tourism Attraction (X3) and City Branding (X4) significantly influenced Tourist Satisfaction (Y) at the Batik Museum of Pekalongan and the research model had good feasibility.

Keyword : Educational Tourism Experience, Servicescape, Daya Tarik Wisata, City Branding, Kepuasan Wisatawan