

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung kembali pada obyek wisata Religi Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini berangkat dari masalah penelitian yang ada, yaitu bagaimana meningkatkan minat kunjung kembali pada obyek wisata Religi Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan cara menguji pengaruh Citra Wisata, Mutu Wisata dan Nilai Pelanggan guna meningkatkan minat kunjung kembali pada obyek wisata Religi Sunan Ampel Surabaya, dimana daya tarik wisata digunakan sebagai variabel intervening. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Religi sunan Ampel, dan yang sudah pernah berkunjung sebanyak 2 kali. Dengan kriteria usia mulai dari 16 sampai 40 tahun di kalangan remaja sampai orang tua. Sampel dari penelitian ini adalah 150 responden yang didapat dengan metode purposive sampling. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan path analysis dengan software smartPLS. Hasil penelitian ini membuktikan 3 hipotesis diterima dan 1 hipotesis ditolak. 3 hipotesis yang diterima mencakup mutu wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata, citra wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata, dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan dengan minat kunjung kembali. Hipotesis yang ditolak adalah daya tarik wisata berpengaruh negatif terhadap minat kunjung kembali.

**Kata Kunci : Citra Wisata, Mutu Wisata, Nilai Pelanggan, Daya tarik wisata, Minat Berkunjung Kembali**