

ABSTRAK

Miftachul Huda. 2025. Pengaruh *Rebranding*, Fasilitas Wisata, *Event* Wisata, dan Harga Tiket terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pada Wisata Taman Ria Iswahjudi Magetan). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Rebranding*, Fasilitas Wisata, *Event* Wisata, dan Harga Tiket terhadap Minat Berkunjung pada Wisata TAMRIS (Taman Ria Iswahjudi) di Magetan, Jawa Timur. Wisata TAMRIS yang dikelola oleh Pangkalan TNI Angkatan Udara Iswahjudi mengalami transformasi dari destinasi rekreasi keluarga sederhana menjadi destinasi wisata modern yang kompetitif melalui strategi *rebranding* dan pembaruan fasilitas sejak tahun 2018. Transformasi tersebut didorong oleh kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku wisatawan yang semakin mencari pengalaman unik dan berkesan, sejalan dengan konsep Experience Economy dari Pine dan Gilmore (2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Rebranding* dapat meningkatkan daya tarik destinasi dengan menciptakan citra baru yang lebih segar dan sesuai dengan kebutuhan pasar modern, namun harus tetap mempertahankan keaslian agar tidak menimbulkan resistensi dari wisatawan lama. Fasilitas Wisata yang lengkap dan berkualitas signifikan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung sehingga berkontribusi pada niat untuk kembali berkunjung. *Event* Wisata menjadi instrumen efektif untuk menambah daya tarik sementara yang menciptakan pengalaman unik dan meningkatkan visibilitas destinasi, meskipun pengaruhnya bersifat jangka pendek. Sedangkan Harga Tiket memiliki peran penting dalam keputusan berkunjung, dengan harga yang seimbang antara nilai dan daya beli pasar menjadi faktor penentu utama.

Kata kunci : *Rebranding*, fasilitas wisata, *event* wisata, harga tiket, minat berkunjung, Wisata TAMRIS, Magetan.

ABSTRACT

Miftachul Huda. 2025. The Effect of Rebranding, Tourist Facilities, Events, and Ticket Prices towards Visiting Intention (A Case Study of the Iswahjudi Amusement Park in Magetan).

This study aims to analyze the effect of rebranding, tourist facilities, events, and ticket prices towards visiting intention at the TAMRIS (Iswahjudi Amusement Park) in Magetan, East Java. The TAMRIS tourist attraction, managed by the Iswahjudi Air Force Base, has undergone a transformation from a simple family recreation destination to a modern, competitive tourist destination through a rebranding strategy and facility updates since 2018. This transformation was driven by the need to adapt to changing tourist behavior, who are increasingly seeking unique and memorable experiences, in line with the Experience Economy concept of Pine and Gilmore (2019).

The results show that rebranding can increase the attractiveness of a destination by creating a new, fresher image that aligns with the needs of the modern market, while maintaining authenticity to avoid resistance from existing tourists. Complete and high-quality tourist facilities significantly increase visitor comfort and satisfaction, contributing to repeat visits. Tourism events are an effective tool for increasing temporary attractions, creating unique experiences and increasing destination visibility, even if their impact is short-term. Ticket prices play a crucial role in visitor decisions, with a balance between value and market purchasing power being a key determinant.

Keywords : Rebranding, Tourism Facilities, Tourism Events, Ticket Prices, Visitor Interest, TAMRIS Tourism.