

PENGARUH *MEMORABLE HOTEL EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI G.H. UNIVERSAL HOTEL BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Disusun oleh:

Alma Putri Salsabiila

1807370

PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2023

i

Alma Putri Salsabiila, 2023

PENGARUH MEMORABLE EXPERIENCES TERHADAP REVISIT INTENTION DI G.H UNIVERSAL HOTEL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Alma Putri Salsabiila

1807370

**PENGARUH MEMORABLE HOTREL EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION DI G.H. UNIVERSAL HOTEL BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:
Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M.

NIP.19811014 200601 2 001

Pembimbing II



Rosita, S.S., M.A.

NIP.19781019 200604 2 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.

NIP.19791215 200812 2 002

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH *MEMORABLE HOTEL EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI G.H. UNIVERSAL HOTEL BANDUNG

Oleh

Alma Putri Salsabiila

1807370

sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Universitas Pendidikan Indonesia

© Alma Putri Salsabiila

Universitas Pendidikan Indonesia

Maret 2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

iv

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto-kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Memorable Experience* terhadap *Revisit Intention* di G.H. Universal Hotel Bandung” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi apabila kemudian hari ditemukannya adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan

Alma Putri Salsabiila

NIM. 1807370

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpah berkah, Rahmat, keridhoan, yang tiada batasnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari selama penyusunan skripsi, penulis tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak, sehingga peneliti dapat menyelesaikannya. Untuk itu dengan penuh rasa hormat dan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
2. Kedua orang tua dan kakak tercinta, yang senantiasa selalu setia mendampingi baik suka maupun duka, serta mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada peneliti.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah. S.E., M.SE, selaku ketua program studi Manajemen Resort dan Leisure serta dosen wali. Terimakasih atas ilmu, wawasan, dan perhatian yang telah diberikan selama peneliti menjalani masa pendidikan di program studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Ibu Sri Marhanah, S.S., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, perhatian, masukan, dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Rosita, S.S., M.A., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, perhatian, masukan, dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh pihak G.H. Universal Hotel Bandung, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta senantiasa membantu penulis dalam kegiatan program praktik lapangan pada tahun 2021.
7. Rayhan Muhammad Agdi dan Aditya Nuryan Putra sahabat yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, dan dukungan dalam kondisi apapun selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.

8. Riska Haryanti dan Zahra Ramadhani Fitriana sepupu yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, dan dukungan dalam kondisi apapun selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
9. Dea Astiani, Agripa Juniardi, Deri Asykari, Fakhrana Adani, Daffa Fauzy Septiana, Syawqi Burhan Sa'ady, M. Bagus Panji Haryoyudha sahabat yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, dan dukungan dalam kondisi apapun selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang memberikan kesan selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah disebutkan diatas yang sudah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi, semoga Allah SWT memberikan imbalan yang berlipat ganda atas segala bentuk dukungannya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat serta Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada program studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Yang berjudul “**Pengaruh *Memorable Hotel Experience* terhadap *Revisit Intention* di G.H. Universal Hotel Bandung**”.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada dosen-dosen yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini hingga selesai, dan pihak lainnya yang turut membantu dan memberi dukungan kepada peneliti, peneliti mengucapkan terimakasih. Peneliti berharap semoga penyusunan yang telah dijalani ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi yang membacanya.

Bandung, Agustus 2023

Alma Putri Salsabiila

NIM 1807370

ABSTRAK

PENGARUH *MEMORABLE HOTEL EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI G.H. UNIVERSAL HOTEL BANDUNG

Oleh

Alma Putri Salsabiila

1807370

G.H. Universal Hotel Bandung sebagai salah satu hotel bintang lima di Kota Bandung yang memiliki tingkat *revisit intention* atau berkunjung kembali yang rendah dibandingkan dengan tamu yang pertama kali menginap. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis gambaran seberapa besar pengaruh *memorable experiences* terhadap *revisit intention* di G.H. Universal Hotel Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan jumlah sampel sebanyak 160 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan populasi responden merupakan pengunjung yang sudah pernah menginap di G.H. Universal Hotel Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari *memorable experiences* yaitu *attitude of the staff*, *room*, *location of the accommodation*, dan *breakfast* berpengaruh terhadap *revisit intention* dengan presentase nilai sebesar 35,8%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *memorable experiences* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention*.

Kata Kunci: *Memorable Experiences*, *Revisit Intention*, G.H. Universal Hotel Bandung

ABSTRACT
***THE EFEECT OF MEMORABLE HOTEL EXPERIENCE ON REVISIT
INTENTION AT G.H. UNIVERSAL HOTEL BANDUNG***

By

Alma Putri Salsabiila

1807370

GH Universal Hotel Bandung is one of the five star hotels in Bandung City which has a low level of revisit intention or return visits compared to first time guests stay overnight. The aim of this research was to analyze how much influence memorable experiences have on revisit intention at GH Universal Hotel Bandung. This research uses quantitative descriptive methods. Data collection was carried out in this research by distributing questionnaires to respondents with a sample size of 160 people. The sampling technique used was probability sampling with the respondent population being visitors who had stayed at the GH Universal Hotel Bandung. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of this research show that the dimensions of memorable experiences, namely the attitude of the staff, room, location of the accommodation, and breakfast, have an influence on revision intention with a percentage value of 35.8%. The research results show that memorable experiences have an influence on revisit intention.

Key: Memorable Experiences, Revisit Intention, G.H. Universal Hotel Bandung

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
BAB 1	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.1.1 <i>Grand Theory, Middle Theory, dan Applied Theory</i>	10
2.2 Memorable Hotel Experience	10
2.2.1 Konsep <i>Memorable Hotel Experience</i>	10
2.2.2 Dimensi <i>Memorable Hotel Experience</i>	12
2.2 Revisit intention.....	16
2.2.1 Konsep Revisit Intention.....	16
2.2.2 Dimensi Revisit Intention	18
2.3 Hubungan antara Memorable Hotel Experience dan Revisit Intention.....	18
2.4 Penelitian terdahulu	19
2.5 Kerangka pemikiran.....	25
2.6 Hipotesis	27

BAB III	28
Metode Penelitian	28
3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	29
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampel.....	32
3.5.3 Teknik Sampling.....	33
3.6 Variabel Penelitian.....	34
3.6.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.7 Instrumen Penelitian	36
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.9.1 Uji Validitas	38
3.9.2 Uji Reliabilitas	42
3.10 Rancangan Analisis Data	44
3.10.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	44
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.10.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi	47
3.11 Pengujian Hipotesis	47
3.11.1 Secara Parsial	47
BAB IV	49
Temuan dan Pembahasan.....	49
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	49
4.1.1 Profil G.H. Universal Hotel Bandung	49
4.1.2 Sejarah Singkat G.H. Universal Hotel Bandung.....	50
4.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan G.H. Universal Hotel Bandung.....	50
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden G.H. Universal Hotel Bandung	51

4.2.1	Karakteristik Responden G.H. Universal Hotel Bandung.....	52
4.2.2	Pengalaman Responden G.H. Universal Hotel Bandung.....	58
4.3	Gambaran <i>Memorable Hotel Experience</i> di G.H. Universal Hotel Bandung	63
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap <i>Attitude of the Staff</i>	63
4.3.2	Tanggapan Responden terhadap <i>Room</i>	66
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap <i>Location of the Accommodation</i>	68
4.3.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Breakfast</i>	71
4.3.5	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Memorable Hotel Experience</i> di G.H. Universal Hotel Bandung	73
4.4	Gambaran <i>Revisit Intention</i> di G.H. Universal Hotel Bandung	76
4.5	Pengaruh <i>Memorable Hotel Experiences</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di G.H. Universal Hotel Bandung.....	79
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	79
4.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	85
4.5.3	Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi	86
4.6	Uji Hipotesis	87
4.6.1	Pengujian Hipotesis melalui Uji Signifikanasi Parsial (Uji T)	87
4.7	Pembahasan.....	88
BAB V	91
	Kesimpulan dan Rekomendasi.....	91
1.1	Kesimpulan	91
1.2	Rekomendasi.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN.....	97

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Perbandingan First Time Guest dan Repeater Guest Tahun 2019 - 2021 4	
Gambar 1. 2 Ulasan-ulasan Tamu yang Menginap di G.H. Universal Hotel Bandung Tahun 2019 - 2021	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Memorable Hotel Experience terhadap Revisit Intention di G.H. Universal Hotel Bandung	26
Gambar 3. 1 Lokasi G.H. Universal Hotel Bandung	28
Gambar 4. 1 G.H. Universal Hotel Bandung	49
Gambar 4. 2 Hasil Kuesioner (Jenis Kelamin)	52
Gambar 4. 3 Hasil Kuesioner (Usia)	53
Gambar 4. 4 Hasil Kuesioner (Pendidikan Terakhir)	54
Gambar 4. 5 Hasil Kuesioner (Pekerjaan)	55
Gambar 4. 6 Hasil Kuesioner (Pendapatan)	56
Gambar 4. 7 Hasil Kuesioner (Asal Daerah)	57
Gambar 4. 8 Hasil Kuesioner (Lama Menginap)	58
Gambar 4. 9 Hasil Kuesioner (Frekuensi Menginap)	59
Gambar 4. 10 Hasil Kuesioner (Alasan atau Tujuan Menginap)	60
Gambar 4. 11 Hasil Kuesioner (Bersama Siapa Menginap)	61
Gambar 4. 12 Hasil Kuesioner (Sumber Informasi Menginap)	62
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Attitude of the Staff	65
Gambar 4. 14 Garis Kontinum Room	68
Gambar 4. 15 Garis Kontinum Location Of The Accomodation	70
Gambar 4. 16 Garis Kontinum Breakfast	73
Gambar 4. 17 Garis Kontinum Memorable Experience	76
Gambar 4. 18 Garis Kontinum Revisit Intention	78
Gambar 4. 19 Histogram variabel Revisit Intention	80
Gambar 4. 20 Normal probability plot	81

Daftar Tabel

Tabel 1. 1. Tingkat Hunian Kamar di G.H Universal Hotel Bandung.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Memorable Experience dan Revisit Intention	40
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Realibilitas Memorable Experience dan Revisit Intention	43
Tabel 3. 5 Pedoman Interpretasi Koefisien	47
Tabel 4. 1 Tanggapan Tamu Terhadap Attitude Of The Staff di G.H. Universal Hotel Bandung	63
Tabel 4. 2 Tanggapan Tamu Terhadap Room di G.H. Universal Hotel Bandung.	66
Tabel 4. 3 Tanggapan Tamu Terhadap Location of the Accommodation di G.H. Universal Hotel Bandung	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Tamu Terhadap Breakfast di G.H. Universal Hotel Bandung	71
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Dimensi Memorable Experiences	73
Tabel 4. 6 Tanggapan Tamu Terhadap Revisit Intention.....	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogorov – Smirnov .	82
Tabel 4. 8 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Regresi	87

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, E. (2020). Pariwisata Dalam Tinjauan Pendidikan : Studi Menuju Era Revolusi Industri. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel, and Busines Event*.
- Ali , F., & Omar, R. (2014). Determinants of Customer Experience and Resulting Satisfaction and Revisit Intention: PLS-SEM Approach towards Malaysian Resort Hotels. *Asia-Pasific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 175-193.
- Ali , F., Hussain, K., & Ragavan, N. A. (2014). Memorable customer experience: examining the effects of customers experience on memories and loyalty in Malaysian Resort Hotels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 144 (2014) 273 - 279*.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2015). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 85-100.
- Ardyusmarryya, D., & Nurnawati, E. K. (2016). Pemetaan Hotel Untuk Menunjang Potensi Wisata Berbasis Mobile Untuk Menunjang Smart City.
- Baker , D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions. 785-804.
- Berezan , O., Raab, C., Yoo, M., & Love, C. (2013). International Journal of Hospitality Management Suitanable Hotel Practices and Nasionality: The Impact on Guest Satisfaction and Guest Intention to Return . *International Journal of Hospitality Management*, 227-233.
- Bille, T. (2012). The Scandinavian Approach to the Experience Economy - Does It Make Sense? *International Journal of Cultural Policy*, 93-110.
- Chandralal, L. (2015). Memorable Tourism Experience: Scale Development. 291-310.
- Chandralal, L., & Valenzuela, F. R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Behavioural Outcomes. *Journal of Economics business and management*, 177-181.
- Chung-Hslen, L. (2012). Effects of Cuisine Experience, Phsylogical Well-Being, And Self Health Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourist.
- Ginanjari, I. R. (2019). Planned Behavior Theory: An Eximination of The Intention to Return among Indonesian Hotel Resort Tourists. 27-32.
- Jayawardena , C. (2002). Mastering Carribean Tourism.
- Khan, M. A. (2017). Hospitality Marketing and Consumer Behavior: Creating Memorable Experiences. *Apple Academic Press*.

- Kim, J. H., Ritchie J, R. B., & McCormick, B. (2012). Development of Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 12-25.
- Kuo, Y., Hu, T., & Yang, S. (2013). Effects of Inertia and Satisfaction in Female Online Shoppers on Repeat-Purchase Intention. 168-187.
- Luo, S. J., & Hsieh, L. Y. (2013). Reconstructing Revisit Intention Scale In Tourism. *Journal of Applied Sciences*, 3638-3648.
- Mehmetoglu, M., & Engen , M. (2011). Pine and Gilmore's Concept of Experiences Economy and It's Dimensions: An Empirical Examination Intourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 237-255.
- Mudea, S., Kaawoan, J., & Undap, G. (2017). Strategi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Bitung.
- Pine , B. J., & Gilmore , J. H. (2011). *The Experiences Economy: Past, Present, and Future*. Handbook on the Experiences Economy.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review* , 96-105.
- Quadri-Felitti, D. L., & Fiore, A. M. (2013). Destination Loyalty: Effects of Wine Tourists Experiences, Memories, and Satisfaction on Intention. *Tourism and Hospitality Research*, 47-62.
- Raza, M., Siddiquei, A., Awan, H., & Bukhari, K. (2012). Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in business*, 788-805.
- Robinson S, R. N., & Getz, D. (2014). Profiling Potential Food Tourists: An Australian Study . *British Food Journal* , 690-706.
- Sinaga. (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata*. Medan : Kertas Karya.
- Stamboulis, Y., & Skyannis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experiences-Based Tourists. *Journal of Tourism Management* , 35-43.
- Sthapit , E., & Jimenez-Barreto, J. (2018). Exploring Tourist Memorable Experiences: An Airbnb Perspective. *Tourism Management Hospitality* , 83-92.
- Sthapit, E. (2017). A Netnographic Examination of Tourists Memorable Hotel Experiences. 99-110.
- Sthapit, E. (2018). Antecedents of a Memorable Hotel Experiences: Finnish Hotels Perspective. *Current Issues In Tourism*, 83-92.
- Sugiyono , P. D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tung S, V. W., & Ritchie B, J. R. (2011). Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*, 1367-1386.

- Tussyadiah, I. (2016). International Journal of Hospitality Management Factors of Satisfaction and Intention to Use Peer-to-peer Accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 70-80.
- Zaki, N. M., & Abuzied, N. N. (2017). Memorable Experience Economy: Investigating Tourist "Experience on Memories and Loyalty in Egypt" Brand Resort Hotels. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 178.
- Zhang, J. J., & Mao, Z. (2012). Image of All Hotel Scales on Travel Blogs: Its Impact on Customer Loyalty. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 113-131.