

PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI
RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI
WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE
MARIBAYA



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

Oleh:

Namira Putri Aulia

2108204

PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2025

PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI
RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI
WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE
MARIBAYA

Oleh:

Namira Putri Aulia

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

© Namira Putri Aulia 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

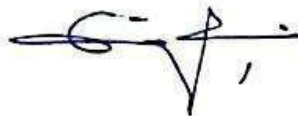
Namira Putri Aulia

2108204

**PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI
RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI
WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE
MARIBAYA**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1

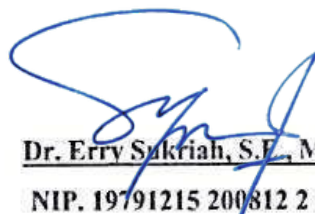


Dr. Fitri Rahmafitria, SP., M.Si

NIP. 19741018 200812 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Peran Citra Destinasi Sebagai Mediator Antara Persepsi Risiko terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Destinasi Wisata di Daerah Sesar Lembang: Studi di The Lodge Maribaya” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2025



Namira Putri Aulia

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkah dan limpahan rahmat-Nya, penulis senantiasa mendapat jalan dan kesehatan untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Skripsi dengan judul “Peran Citra Destinasi Sebagai Mediator Antara Persepsi Risiko Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Destinasi Wisata di Daerah Sesar Lembang: Studi di The Lodge Maribaya” ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pariwisata di program studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen yang telah membantu mengarahkan dan membimbing dalam proses penulisan skripsi ini.

Kami menyadari bahwa skripsi ini masih mungkin memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna memperbaiki kedepannya. Semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bandung, Juli 2025

Peneliti,

Namira Putri Aulia

NIM 2108204

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini merupakan proses panjang yang tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan moral maupun material, serta doa yang tulus selama proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. Karena atas nikmat, berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat diberi kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses yang telah dilewati.
2. Ibu Dr. Erry Sukriah, SE., M.SE selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure. Terima kasih untuk segala bentuk dukungan, bimbingan dan motivasi kepada penulis.
3. Ibu Dr. Fitri Rahma Fitria, SP., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, arahan, dan bimbingan yang diberikan secara jelas, rinci, dan penuh kesabaran sepanjang proses penulisan skripsi ini. Penulis juga berterima kasih atas waktu yang telah Ibu luangkan di tengah padatnya aktivitas, serta atas dukungan yang sangat berarti selama penyusunan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing akademik, dosen pengajar dan staf Manajemen Resort & Leisure. Terimakasih atas semua ilmu, wawasan, pembelajaran, bantuan serta dukungan yang telah diberikan.
5. Untuk Bapa penulis (Alm) yang telah menemani perkuliahan ini sampai semester empat sebelum akhirnya berpulang. Skripsi ini penulis persembahkan untuk Bapa yang tidak sempat untuk melihat dan mendampingi putrinya menyelesaikan kuliah sampai akhir. Akhirnya penulis bisa meneruskan mimpinya, terimakasih atas dukungan dan cinta kasih sayang yang sudah diberikan semasa hidupmu.
6. Untuk Ibu penulis terimakasih banyak atas perjuangan dan do'a yang sudah

diberikan sampai detik ini, sehingga segala urusan yang penulis lakukan mendapatkan kemudahan dan kelancaran. Terimakasih untuk semua dukungan dan semua yang telah dikorbankan. Semoga dengan selesainya masa perkuliahan dan skripsi ini dapat membuat bangga keluarga.

7. Adik laki-laki penulis, terutama Fadly Ardhiasnyah serta Fakhrie, dan Faizan yang selalu membuat penulis termotivasi untuk menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik, serta berusaha menjadi panutannya di masa yang akan datang kelak.
8. Kakak penulis serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Sahabat terbaik penulis Raissa dan Rannis, yang selalu menemani terutama dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih selalu memberikan semangat, dukungan, menjadi pendengar terbaik, dan membantu di masa masa sulit penulis.
10. Terima kasih yang dalam ditujukan kepada seseorang yang dengan sabar kebersamai setiap proses. Di tengah fase penuh dinamika, kelelahan, dan proses menerima diri, kehadirannya menjadi penenang yang tidak selalu hadir lewat kata-kata, namun terasa melalui keberadaannya. Serta memberi arti di setiap proses hingga langkah ini bisa diselesaikan.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

**PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI
RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI
WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE
MARIBAYA**

ABSTRAK

**Namira Putri Aulia
2108204**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap niat berkunjung kembali dengan citra destinasi sebagai variabel mediasi, pada destinasi wisata The Lodge Maribaya yang berada di kawasan rawan bencana Sesar Lembang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS), berdasarkan data dari 150 responden yang pernah mengunjungi The Lodge Maribaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap niat berkunjung kembali, namun memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui citra destinasi sebagai mediator. Selain itu, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap citra destinasi, dan citra destinasi terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun terdapat kekhawatiran terhadap risiko bencana, wisatawan tetap menunjukkan minat untuk kembali berkunjung apabila citra destinasi dikelola dengan baik.

Kata kunci: Persepsi Risiko, Niat Berkunjung Kembali, Citra Destinasi

**THE ROLE OF DESTINATION IMAGE AS A MEDIATOR BETWEEN
RISK PERCEPTION AND REVISIT INTENTION TO TOURIST
DESTINATIONS IN THE LEMBANG FAULT AREA: STUDI AT THE
LODGE MARIBAYA**

ABSTRACT

**Namira Putri Aulia
2108204**

This study aims to analyze the effect of risk perception on return visit intention with destination image as a mediating variable, at The Lodge Maribaya tourist destination located in the Lembang Fault disaster-prone area. The method used is a quantitative approach with Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis technique, based on data from 150 respondents who have visited The Lodge Maribaya. The results showed that risk perception does not have a significant direct effect on return visit intention, but has a significant indirect effect through destination image as a mediator. In addition, risk perception has a significant negative effect on destination image, and destination image is shown to have a significant positive effect on revisit intention. These findings confirm that despite concerns about disaster risk, tourists still show interest in returning if the destination image is well managed.

Keywords: Risk Perception, Revisit Intention, Destination Image

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Berkunjung Kembali	13
2.2 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali	16
2.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Citra Destinasi	17
2.4 Peran Mediasi Citra Destinasi	18
2.5 Niat Berkunjung Kembali	20

2.6	Kerangka Pemikiran	22
2.7	Rumusan Hipotesis	24
2.8	Penelitian terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Lokasi Penelitian	29
3.2	Desain Penelitian	29
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.3	Teknik Sampling	30
3.3.4	Diagram Alur Penelitian	30
3.4	Operasional Variabel.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Instrumen Penelitian.....	35
3.7	Uji Kualitas Instrumen	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reabilitas.....	39
3.8	Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1	Analisis Deskriptif	40
3.8.2	Analisis Verifikatif.....	41
3.9	Rancangan Analisis Data.....	42
3.9.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	42
3.9.2	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49

4.1	Gambaran Lokasi Penelitian.....	49
4.2	Profil Responden	58
4.2.1	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	58
4.2.2	Profil Responden Menurut Rentang Usia	59
4.2.3	Profil Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	61
4.2.4	Profil Responden Menurut Jenis Pekerjaan	63
4.2.5	Profil Responden Menurut Wilayah Domisili	64
4.2.6	Profil Responden Menurut Frekuensi Kunjungan	65
4.3	Analisis Deskriptif	66
4.3.1	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Persepsi Risiko	67
4.3.2	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Citra Destinasi	70
4.3.3	Analisis Deskriptif terhadap Variabel Niat Berkunjung Kembali	73
4.4	Analisis Verifikatif	75
4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	75
4.4.3	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	81
4.5	Uji Hipotesis (<i>Boothstrapping</i>).....	86
4.6	Pembahasan	89
4.6.1	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Berkunjung Kembali	92
4.6.2	Pengaruh Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali	94
4.6.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Citra Destinasi	95
4.6.4	Citra Destinasi Memediasi Hubungan Persepsi Risiko dan Niat Berkunjung Kembali	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Kesimpulan	99

5.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Berkunjung di The Lodge Maribaya Bandung Tahun 2021-2023	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas	40
Tabel 3. 5 Garis Kontinum.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Profil Responden Menurut Rentang Usia	60
Tabel 4. 3 Profil Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4. 4 Profil Responden Menurut Jenis Pekerjaan	63
Tabel 4. 5 Profil Responden Menurut Wilayah Domisili	65
Tabel 4. 6 Profil Responden Menurut Frekuensi Kunjungan	66
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden terkait Persepsi Risiko.....	67
Tabel 4. 8 Garis Kontinum Variabel Persepsi Risiko	69
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Responden terkait Citra Destinasi	70
Tabel 4. 10 Garis Kontinum Variabel Citra Destinasi	72
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden terkait Niat Berkunjung Kembali	73
Tabel 4. 12 Garis Kontinum Variabel Niat Berkunjung Kembali	74
Tabel 4. 13 Hasil Convergent Validity	76
Tabel 4. 14 Hasil Convergent Validity (Eliminasi)	77
Tabel 4. 15 Average Variance Extracted (AVE)	78
Tabel 4. 16 Nilai Cross Loading	79
Tabel 4. 17 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	80
Tabel 4. 19 Nilai R-Square (R^2).....	81
Tabel 4. 20 Nilai F Square (F^2)	82
Tabel 4. 21 Estimasi Path Coefficient Mean, STDEV, T-Value, P-Value	83
Tabel 4. 22 <i>Estimasi Path Coefficient Mean, STDEV, T-Value, P-Value</i>	84

Tabel 4. 23 Goodness of Fit (GoF)	85
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Direct Effect	87
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Indirect Effect.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Destinasi The Lodge Maribaya Berada Di Jalur Sesar Lembang	6
Gambar 1. 2 Wahana The Lodge Maribaya & The Lodge Camp	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian	31
Gambar 4. 1 The Lodge Maribaya	49
Gambar 4. 2 Informasi Harga Tiket Masuk Wisata The Lodge Maribaya	51
Gambar 4. 3 Area Parkir dan Kendaraan Wara Wiri di The Lodge Maribaya	52
Gambar 4. 4 Area Food Court The Lodge Maribaya	53
Gambar 4. 5 Peta Kawasan Wisata The Lodge Maribaya	54
Gambar 4. 6 Hot Air Balloon	55
Gambar 4. 7 Jalur menuju area wisata	56
Gambar 4. 8 Tanda Jalur Evakuasi	57
Gambar 4. 9 Tanda Peringatan di Area Licin	57
Gambar 4. 10 Situasi Keramaian di The Lodge Maribaya	57
Gambar 4. 11 Diagram Arah Variabel dan Indikator Penilaian	87

DAFTAR PUSTAKA

- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif: Teoretik dan Praktik. *Depok: Rajawali Pers*.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2011). Human resource management and productivity. *Handbook of Labor Economics*, 4, 1697–1767.
- Budi, B. (2018). Citra Destinasi dan Strategi Pemasaran Destinasi Wisata. *Business Management Journal*, 14(1). <https://doi.org/10.30813/bmj.v14i1.1119>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R. *Practical Assessment, Research and Evaluation* (Vol. 21, Issue 1).
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). Berkunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan domestik Kebun Raya Bogor). *Diponegoro Journal Of Management*, 02– 11.
- Lakuhati, J. R., Pangemanan, P. A., & Pakasi, C. B. D. (2018). Faktor – faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kawasan ekowisata di Desa Bahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi*, 14(1), 215.
- Marlyana, N., & Khoiriyah, N. (2015). Model konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Jawa Tengah menggunakan Tourservqual. *Jurnal Kawistara*, 5(2), 144–154. <https://doi.org/10.22146/kawistara.7587>
- Munandar, M., Chalirafi, C., Bachri, N., Yusuf, M., & Juliana, J. (2023). Persepsi Risiko dan dukungan pariwisata penduduk Kota Sabang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 10–22. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.844>
- Hapsari, N. (2022). Pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung wisatawan pada masa pandemi Covid-19 di Hutan Mangrove Kabupaten Rembang. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 2(2), 12–26. <http://repository.iainkudus.ac.id/7027/5/5.%20BAB%20II.pdf>

Namira Putri Aulia, 2025

PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE MARIBAYA

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

- Noerhayati, A., Suhud, U., & Kresnamurti Rivai, A. P. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali dalam konteks pariwisata pulau di Pulau Seribu. *JDMB*, 1–29.
- Nurbaeti, R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth pada media sosial Instagram dan citra destinasi terhadap minat berkunjung. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2012*, 14–37.
- Universitas Pendidikan Indonesia. (2021). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI Tahun 2021.
- Pranata, S., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2021). Analisis service quality, kelengkapan fasilitas dan experience terhadap customer loyalty destinasi wisata Puncak Rembangan Jember (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 6(2), 128–137.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus pada masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Purnadewi, R. P. (2019). Pengaruh kualitas pengalaman terhadap niat berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan (Studi pada Kampung Warna Warni Jodipan Kota Malang) (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya). *Brawijaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–17.
- Silaban, P. H., & Silalahi, A. D. K. (2020). *Kepuasan wisatawan pada destinasi wisata Danau Toba (Issue C)*.
- Sudiarta, I. N. (2012). Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah? *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 7(1), 60–75.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The Components of Perceived Risk. *Advances in Consumer Research*, 3(3), 382–393.

- Sultan, M. A., Haryono, T., Haryanto, B., & Riani, A. L. (2012). Proses pembentukan perilaku niat wisatawan berkunjung kembali. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art8>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (1999). Consumer behavior in travel and tourism. *Routledge*. <https://books.google.co.id/books?id=3RCOSEQkaN4C>
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 622–634.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Mimi Li. (2009). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282–296. <https://doi.org/10.1177/0047287509349266>
- Rengganis, D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisata The Lodge Maribaya (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta).
- The Lodge Group. (n.d.). *The Lodge Maribaya*. The Lodge Group. Diakses pada 9 Februari 2025, dari <https://thelodgegroup.id/thelodgemaribaya/>
- Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI). (n.d.). *The Lodge Maribaya, si destinasi wisata Instagramable dari Bandung*. Diakses pada 10 Februari 2025, dari <https://apkasi.org/wisata-kabupaten/the-lodge-maribaya-si-destinasi-wisata-instagramable-dari-bandung/>
- Hasan, M. K., Ismail, A. R., & Islam, M. F. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1412874. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1412874>
- Chew, Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism*

Management, 40, 382–393.

Fuchs, G., & Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first-time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276.)

Sönmez, S., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144

Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418.

Kozak, M., Crotts, J. C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.

Stylidis, D., Belhassen, Y., & Shani, A. (2015). Three tales of a city: Stakeholders' images of Eilat as a tourist destination. *Journal of Travel Research*, 54(6), 702-716.

Mansfeld, Y. (2006). The Role of Security Information in Tourism Crisis Management: The Missing Link. Dalam Y. Mansfeld & A. Pizam (Eds.), *Tourism Security & Safety: From Theory to Practice* (hal. 271-290). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived Risk and the Non-Institutionalized Tourist Role: The Case of Israeli Student Ex-Backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(3), 217–226.

Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/688009736/Metode->

Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-R-D-Prof-Dr-Sugiyono-2017

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF0231055>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295-336.
- Ghozali, Imam, & Latan, Hengky. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). SAGE Publications.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205.
- Cole, S. T., & Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(1), 79–90. https://doi.org/10.1300/J073v16n01_08
- United Nations International Strategy for Disaster Reduction. (2011). Statement of commitment by the private sector for disaster prevention, resilience and risk reduction. https://www.unisdr.org/files/19873_statementofcommitmentbytheprivatese.pdf
- Bong, S. (2019). Manajemen risiko, krisis, dan bencana untuk industri pariwisata yang berkelanjutan. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=MV68DwAAQBAJ&lpg=PR4&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Choi, S., Lehto, X. Y., Morrison, A. M., & Jang, S. (2011). Structure of travel planning processes and information use patterns. *Journal of Travel Research*, 51(1), 26–40. <https://doi.org/10.1177/0047287510394191>
- Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Liu, C.-H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. doi:10.1016/j.jairtraman.2015.12.003
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Bigné, J. E. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607–616.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Agapito, D., do Valle, P. O., & da Costa Mendes, J. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: A confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471–481. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.803393>
- Ahmad, A. B. (2018). Pengaruh citra destinasi terhadap intensi wisatawan berkunjung kembali di destinasi Sulawesi Selatan tahun 2014. *Tourism*, 20(3). ISSN 1411-0911; e-ISSN 2443-2660.
- Kim, H., & Chen, J. S. (2015). Destination image formation process. *Journal of Vacation Marketing*, 22(2), 154–166. doi:10.1177/1356766715591870

- Huang, H., et al. (2015). Emerald Insight International Journal of Sports Marketing and Sponsorship. Assessing The Relationships Between Image Congruence, *Tourist Satisfaction and Intention to Revisit In Marathon Tourism: the Shanghai International Marathon*. Vol. 16 Iss 4 p.50.
- Harun, A., Obong, A., Kassim, A. W. M., & Lily, J. (2018). The effects of destination image and perceived risk on revisit intention: A study in the South Eastern Coast of Sabah, Malaysia. *e-Review of Tourism Research*, 15(6), 540–559.
- Hanif, A., Hidayah, N., & Widodo, T. W. (2016). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan (Studi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 44–52.
- Mohammad Ridha, & Amalia, R. (2018). Citra tujuan wisata dan citra kuliner Aceh serta pengaruhnya terhadap niat wisatawan untuk kembali mengunjungi kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(4), 137–146.
- Jamal, S. A., Othman, N., & Muhammad, N. M. N. (2011). Tourist perceived value in a community-based homestay visit: An investigation into the functional and experiential aspect of value. *Journal of Vacation Marketing*, 17(1), 5–15.
- Bauer R.A. (1960), Consumer behavior as risk taking, in R.S. Hancock (ed.), *Dynamic marketing for a changing world, Proceedings of the 43rd American Marketing Association Conference*, Chicago, IL, June, 389-398.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Ramayah, T., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx.

[https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta

Sobur, A. (2003), *Psikologi Umum* (hlm 445), Bandung: Pustaka Setia.

Iftikar, M. Z., & Puspaningrum, A. (2024). Pengaruh aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi risiko terhadap revisit intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 10–20.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Rahmah, N. N. (2022). *Analisis Risiko Bencana Gempa Bumi pada Kawasan Wisata di Sekitar Sesar Lembang*. (Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia).

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Fuchs, G., & Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 83–108. https://doi.org/10.1300/j150v14n02_06

Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623–636.

Namira Putri Aulia, 2025

PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE MARIBAYA

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

- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-624.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476.
- Chen, C.-F., & Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management*, 36, 269–278.
- Lee, R., & Lockshin, L. (2012). Reverse country-of-origin effects of product perceptions on destination image. *Journal of Travel Research*, 51(4), 502–511.
- Rindrasih, E. (2020). Tourist's perceived risk and image of the destinations prone to natural disasters: The case of Bali and Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 30(2), 192–203.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152.
- George, R. (2003). Tourists' perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575–585.
- Antara Jabar. (2025). Gempa Cimahi M2,7 hari ini akibat Sesar Lembang. *Jabar.antaraneews.com*.<https://jabar.antaraneews.com/berita/623369/gempa-cimahi-m-27-hari-ini-akibat-sesar-lembang>
- Australian Bureau of Statistics. (2021). *Age in ten year groups (AGE10P)*. <https://www.abs.gov.au/census/guide-census-data/census-dictionary/2021/variables-topic/population/age-ten-year-groups-age10p>
- Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika. (2017). *Penjelasan BMKG terkait hasil kajian Sesar Lembang yang berpotensi memicu gempa berkekuatan M6,8*. <https://www.bmkg.go.id/siaran-pers/penjelasan-bmkg-terkait-hasil-kajian-sesar-lembang-yang-berpotensi-memicu-gempa-berkekuatan-m6-8>
- Djiwangsa, F. H. I., & Amanah, D. (2022). Evaluasi kesesuaian zonasi peta bahaya

nasional terhadap potensi sesar aktif di koridor jalur Sesar Lembang, Jawa Barat. *MAPID*. <https://mapid.co.id/blog/evaluasi-kesesuaian-zonasi-peta-bahaya-nasional-terhadap-potensi-sesar-aktif-di-koridor-jalur-sesar-lembang-jawa-barat>

Gokovali, U., Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Determinants of length of stay: A practical use of survival analysis. *Tourism Management*, 28(3), 736–746. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.006>

HiTekno.com. (2022). *Geger Sesar Lembang yang berpotensi sebabkan gempa besar, patut diwaspadai?* <https://www.hitekno.com/>

Hussain, E., Gunawan, E., Hanifa, N. R., & Zahro, Q. (2023). The seismic hazard from the Lembang Fault, Indonesia, derived from InSAR and GNSS data. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 23(10), 3185–3197. <https://doi.org/10.5194/nhess-23-3185-2023>

Kim, S. S., & Prideaux, B. (2005). Marketing implications arising from a comparative study of international pleasure tourist motivations and other travel-related characteristics of visitors to Korea. *Tourism Management*, 26(3), 347–357. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.007>

MetroTVNews. (2025). *Waspada Sesar Lembang, BMKG tambah sensor gempa di Jabar*. <https://www.metrotvnews.com/>

Mulyana, D. (2004). *Ilmu komunikasi: Sebuah pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177/004728750003900110>

Papathanassis, A. (2009). *The long tail of tourism: Holiday niches and their impact on mainstream tourism*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2082-0>

Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212–225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>

Ricky, N. K., & Basyid, M. A. (2021). Pemetaan potensi kerawanan bencana gempa bumi akibat Sesar Lembang di kawasan Kabupaten Bandung Barat. Institut

Namira Putri Aulia, 2025

PERAN CITRA DESTINASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESTINASI WISATA DI DAERAH SESAR LEMBANG: STUDI DI THE LODGE MARIBAYA

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

Teknologi Nasional Bandung.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior*. Salemba Empat.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Prentice Hall.

Wachinger, G., Renn, O., Begg, C., & Kuhlicke, C. (2013). The risk perception paradox—Implications for governance and communication of natural hazards. *Risk Analysis*, 33(6), 1049–1065. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2012.01942.x>

Wikipedia contributors. (2025). *Lembang Fault*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Lembang_Fault

World Health Organization. (2014). *Health for the world's adolescents: A second chance in the second decade*. Geneva: WHO.

World Health Organization. (2023). *Metadata: Age group classification (GHO)*. <https://apps.who.int/gho/data/node.metadata.AGEGROUP>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>