

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DALAM DRAMA KOREA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PULAU JEJU, KOREA
SELATAN : MEDIASI *INVOLVEMENT* DAN *PLACE ATTACHMENT***



SKRIPSI

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

Oleh
Melan Deciani Dwi
2108526

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

2025

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DALAM DRAMA KOREA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PULAU JEJU, KOREA SELATAN : MEDIASI *INVOLVEMENT* DAN *PLACE ATTACHMENT*

Oleh
Melan Deciani Dwi

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Melan Deciani Dwi 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
Skripsi ini tidak diperbolehkan untuk diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan dicetak ulang, disalin, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

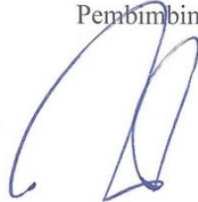
LEMBAR PENGESAHAN

Melan Deciani Dwi
2108526

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DALAM DRAMA KOREA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PULAU JEJU, KOREA
SELATAN : MEDIASI *INVOLVEMENT* DAN *PLACE ATTACHMENT***

Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM.
NIP. 198105222010121006

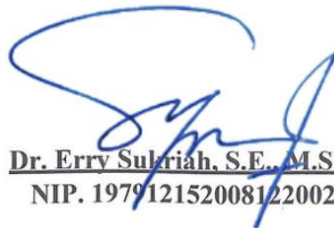
Pembimbing II



Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc.
NIP. 920200419930318101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sultriah, S.E., M.SE.
NIP. 197912152008122002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melan Deciani Dwi

NIM : 2108526

Program Studi : Manajemen Resort dan Leisure

Judul Karya : Pengaruh *Destination Image* Dalam Drama Korea
Terhadap Minat Berkunjung ke Pulau Jeju, Korea Selatan :
Mediasi Involvement dan Place Attachment

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, Saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, 31 Juli 2025



Melan Deciani Dwi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Destination image* Dalam Drama Korea Terhadap Minat Berkunjung Ke Pulau Jeju, Korea Selatan : Mediasi *Involvement* dan *Place Attachment*” ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program studi Manajemen Resort dan Leisure di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis berusaha menerapkan ilmu bidang kepariwisataan yang telah diperoleh serta mengintegrasikannya dengan studi dan literatur yang komprehensif. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Tetapi penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pariwisata.

Bandung, Juli 2025



Melan Deciani Dwi

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua tercinta, Ayahanda Dadang Sulaeman dan Ibunda Wiwit Witarsih yang telah menjadi penyemangat dan pemberi kekuatan dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang yang tak terhingga, dan doa-doa tulus yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebahagiaan dan menjadi persembahan kecil atas semua cinta yang telah diberikan.
2. Kakak tercinta Eppia Purmasari dan Keponakan tercinta Jane Carissa Olivia yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan hidup penulis. Kepada Kakak tercinta, terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan terutama disaat penulis merasa lelah dan ingin menyerah. Kepada Keponakan kecil tercinta, terima kasih atas kehadiranmu dan keceriaan serta senyuman yang selalu menjadi sumber kekuatan yang luar biasa.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Bapak Dr. A.H.Galikhusumah, S.ST., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan koreksi dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen program studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.
6. Choirunnisa Mukaromah, Desi Rahman, Salsabila Puspita I, Shakira Mauludy P.F, dan Syifa Amalia yang telah menjadi keluarga kedua selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala kebahagiaan, perjuangan, dan kenangan indah yang kita lewati bersama.
7. Keluarga besar Hallyu UP! Edutainment yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk berkembang dan menemukan versi terbaik dari penulis.

Kepada divisi *Information Officer* dan *Media Center Team*, terima kasih atas segala pengalaman berharga yang telah memberikan wawasan luas kepada penulis, kemampuan baru yang diperoleh, hingga persahabatan yang terjalin.

8. Annisa Salsabilla, Assyifa Hisanah A, Bilqis Fathan F, Deannisa Ghaida M, Raden Fietra U.A, dan Yukeu Fadillah yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk mengerjakan karya ini.
9. Teman-teman PGSD Angkatan 2023 yang telah memberikan kesempatan luar biasa bagi penulis dalam mendapatkan pengalaman baru di bidang pendidikan.
10. Teman-teman MRL 2021 yang telah berjuang bersama dari awal hingga akhir perkuliahan.
11. Diri sendiri yang telah berjuang selama perkuliahan, meskipun dihindangi banyak ketakutan dan kegelisahan. Terima kasih karena tetap bertahan dan tekad yang kuat untuk menyelesaikan karya ini.
12. Semua pihak yang terlibat dalam perjuangan penulis saat perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari karya ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis, bagi pembaca, hingga ilmu pariwisata di masa depan.

Bandung, Juli 2025



Melan Deciani Dwi

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DALAM DRAMA KOREA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PULAU JEJU, KOREA
SELATAN : MEDIASI *INVOLVEMENT* DAN *PLACE ATTACHMENT***

ABSTRAK

Melan Deciani Dwi
2108526

Korean wave telah menjadi fenomena budaya global yang signifikan mempengaruhi industri pariwisata Korea Selatan, khususnya melalui drama televisi yang menampilkan destinasi wisata seperti Pulau Jeju. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *destination image* drama Korea, *involvement*, dan *place attachment* terhadap minat berkunjung wisatawan, serta menguji peran mediasi dalam hubungan antar variabel tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* terhadap 279 responden yang memenuhi kriteria telah menonton drama Korea berlatar Pulau Jeju minimal 1 kali. Analisis data dilakukan untuk menguji hubungan kausal antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan *destination image* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *involvement* dan *place attachment*, namun tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung. *Involvement* dan *place attachment* keduanya berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Temuan yang menarik adalah *destination image* tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung, namun memiliki pengaruh tidak langsung melalui peran mediasi *involvement*. Hal tersebut membuktikan adanya proses kompleks dalam memunculkan keinginan untuk berkunjung melalui keterlibatan (*involvement*) dan keterikatan pada tempat (*place attachment*) terlebih dahulu. *Destination image*, *involvement*, dan *place attachment* dapat mempengaruhi pariwisata budaya melalui *Korean wave*. Temuan ini berkontribusi terhadap pemahaman *Korean wave* dalam konteks pariwisata serta implikasi bagi pengembangan pariwisata melalui tayangan film atau drama.

Kata kunci : Citra Destinasi, Drama Korea, *Film-induced tourism*, *Korean Wave*, Minat berkunjung.

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE IN KOREAN DRAMAS ON THE
INTEREST IN VISITING JEJU ISLAND, SOUTH KOREA: MEDIATION OF
INVOLVEMENT AND PLACE ATTACHMENT***

ABSTRACT

Melan Deciani Dwi
2108526

The Korean Wave has become a significant global cultural phenomenon that has influenced South Korea's tourism industry, particularly through television dramas that feature tourist destinations such as Jeju Island. This study aims to analyze the influence of Korean drama destination image, involvement, and place attachment on tourist interest in visiting, as well as to test the mediating role in the relationship between these variables. This study employs a quantitative method using the Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS) approach. Sampling was conducted using purposive sampling techniques on 279 respondents who met the criteria of having watched Korean dramas set on Jeju Island at least once. Data analysis was performed to test the causal relationships among the study variables. The results indicate that destination image significantly influences involvement and place attachment but does not directly influence visit intention. Both involvement and place attachment significantly influence visit intention. An interesting finding is that destination image does not directly influence visitation interest, but has an indirect influence through the mediating role of involvement. This proves that there is a complex process in generating the desire to visit through involvement and place attachment first. Destination image, involvement, and place attachment can influence cultural tourism through the Korean Wave. These findings contribute to understanding the Korean Wave in the context of tourism and its implications for tourism development through film or drama broadcasts.

Keywords : Destination Image, Film-induced tourism, Interest in visiting, Korean Drama, Korean Wave.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.5 Sistematika penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Film-Induced Tourism</i>	11
2.1.2 Drama Korea Dalam Konteks <i>Film-Induced Tourism</i>	13
2.2 <i>Destination Image</i>	14
2.3 <i>Involvement</i>	15
2.4 <i>Place Attachment</i>	16
2.5 Minat Berkunjung.....	17
2.6 Hubungan antara <i>Destination Image</i> , <i>Involvement</i> , <i>Place Attachment</i> dan Minat Berkunjung.....	17
2.7 Penelitian Terdahulu.....	20
2.8 Kerangka Pemikiran	24
2.9 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28

3.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Variabel Penelitian	32
3.7 Operasional Variabel	33
3.8 Teknik Analisis Data	35
3.8.1 Analisis Deskriptif	35
3.8.2 Analisis Inferensial	35
3.8.3 Analisis Persamaan Struktural (<i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i>)	35
3.9 Pilot Testing	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Pulau Jeju	42
4.2 Karakteristik Responden	44
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	44
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	45
4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	45
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	46
4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan	47
4.2.6 Karakteristik responden berdasarkan durasi menonton drama Korea ..	47
4.2.7 Judul drama Korea berlatar di Pulau Jeju yang pernah ditonton	48
4.2.8 Judul drama Korea berlatar di Pulau Jeju yang mempengaruhi minat berkunjung ke Pulau Jeju	49
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	50
4.3.1 <i>Destination Image</i>	50
4.3.2 <i>Involvement</i>	54
4.3.3 <i>Place Attachment</i>	58
4.3.4 Minat Berkunjung	61
4.4 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif	64
4.5 Analisis Inferensial	66
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	66

4.5.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>)	74
4.6 Pembahasan	84
4.6.1 <i>Destination Image</i> terhadap <i>Involvement</i>	84
4.6.2 <i>Destination Image</i> terhadap <i>Place Attachment</i>	85
4.6.3 <i>Destination image</i> terhadap minat berkunjung.....	86
4.6.4 <i>Involvement</i> terhadap <i>Place Attachment</i>	87
4.6.5 <i>Involvement</i> terhadap Minat Berkunjung.....	88
4.6.6 <i>Place attachment</i> terhadap Minat Berkunjung	89
4.6.7 Pembahasan Hasil Uji Tidak Langsung (Mediasi)	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran	96
5.3 Keterbatasan Penelitian	96
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Operasional variabel	33
Tabel 3. 3 Hasil <i>pilot testing</i>	40
Tabel 3. 4 <i>Tabel pilot testing</i> uji reliabilitas	41
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	45
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	46
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	47
Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan lama menonton drama Korea dalam seminggu	48
Tabel 4. 7 Judul drama berlatar di Pulau Jeju yang pernah ditonton	48
Tabel 4. 8 Judul drama Korea yang mempengaruhi minat berkunjung ke Pulau Jeju	49
Tabel 4. 9 Analisis deskriptif variabel <i>destination image</i>	50
Tabel 4. 10 Analisis deskriptif variabel <i>involvement</i>	55
Tabel 4. 11 Analisis deskriptif variabel <i>place attachment</i>	58
Tabel 4. 12 Analisis deskriptif variabel minat berkunjung	61
Tabel 4. 13 Rekapitulasi hasil analisis deskriptif.....	64
Tabel 4. 14 <i>Loading factor</i> model awal	67
Tabel 4. 15 Nilai AVE model awal	68
Tabel 4. 16 Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability model awal.....	69
Tabel 4. 17 <i>Loading factor</i> setelah eliminasi item tidak valid.....	69
Tabel 4. 18 Nilai AVE setelah eliminasi item tidak valid.....	70
Tabel 4. 19 Nilai <i>loading factor</i> pada eliminasi model akhir	71
Tabel 4. 20 Nilai AVE pada eliminasi model akhir	72
Tabel 4. 21 Nilai validitas diskriminan	73
Tabel 4. 22 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	74
Tabel 4. 23 Nilai Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4. 24 <i>Path coefficient</i> hasil analisis uji hipotesis.....	77
Tabel 4. 25 <i>Path coefficient</i> hasil analisis uji mediasi	79
Tabel 4. 26 R-square	82
Tabel 4. 27 F-square.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perjalanan wisatawan nasional Indonesia ke ASIA Timur dan ASIA Selatan	2
Gambar 1. 2 Data kunjungan wisatawan Indonesia ke Pulau Jeju.....	3
Gambar 1. 3 Aktivitas wisatawan asing di Pulau Jeju	4
Gambar 4. 1 Peta Pulau Jeju	42
Gambar 4. 2 <i>Ojo port</i> dalam drama Welcome to Samdal-ri	43
Gambar 4. 3 Garis kontinum variabel <i>destination image</i>	54
Gambar 4. 4 Garis kontinum variabel <i>involvement</i>	57
Gambar 4. 5 Garis kontinum variabel <i>place attachment</i>	61
Gambar 4. 6 Garis kontinum minat berkunjung.....	64
Gambar 4. 7 Model hasil analisis awal	67
Gambar 4. 8 Model hasil akhir.....	72
Gambar 4. 9 Model hasil analisis akhir.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi data.....	105
Lampiran 2. <i>Loading factor</i>	108
Lampiran 3. Nilai VIF.....	108
Lampiran 4. F-square	109
Lampiran 5. R-square.....	109
Lampiran 6. Validitas diskriminan.....	109
Lampiran 7. Uji hipotesis.....	109
Lampiran 8. Uji mediasi.....	109
Lampiran 9. Kuesioner.....	110
Lampiran 10. SK Dosen Pembimbing skripsi.....	115
Lampiran 11. Buku catatan bimbingan skripsi Dosen Pembimbing 1.....	118
Lampiran 12. Buku catatan bimbingan skripsi Dosen Pembimbing 2.....	120
Lampiran 13. Korespondensi melalui e-mail ke Jeju Tourism Organization, Big Data Team	122
Lampiran 14. Balasan <i>e-mail</i> dari <i>Big Data Team</i> , Jeju Tourism Organization.	122
Lampiran 15. Korean Tourism Data Lab, KTO Big Data.....	123
Lampiran 16. Visitjeju.net (Jeju Tourism Organization Photo Big Data)	123

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian (First Edition, Vol. 1). SUKA Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adisti, R., & Konety, N. (2025). Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Drama Korea Bertema Keluarga Tahun 2021-2023. *Indonesian Journal of International Relations*, 9(1), 52–79. <https://doi.org/10.32787/ijir.v9i1.658>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amalia, D. R., Anggraini, Y., & Alexandra, F. (2025). Propaganda Korea Tourism Organization Melalui Instagram Untuk Menarik Minat Wisatawan Indonesia. *JASIMA : Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, 6(1).
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniarti, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Pradina Pusaka.
- Araújo-Vila, N., Cardoso, L., Almeida, G. G. F., & Almeida, P. (2024). Film-Induced Tourism as a Key Factor for Promoting Tourism Destination Image: The James Bond Saga Case. *Administrative Sciences*, 14(5), 94. <https://doi.org/10.3390/admsci14050094>
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., & Sukwika, T. (2023). Pengantar Statistika. PT. Mafy Media Literasi Indonesia. www.penerbitmafya.com
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Beeton, S. (2016). Film-Induced Tourism (2nd ed.). Channel View Publications.
- BPS. (2025). Statistik Wisatawan Nasional Outbound Tourism Statistics 2024 (No. 8401021). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/03/17/8f41f59ea24192828f6c7275/statistik-wisatawan-nasional-2024.html>
- Budiatmo, A., & Listyorini, S. (2025). The Role of Place Attachment as a Mediator Between Destination Image and Revisit Intention. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.2024.abtt.45628>
- Cabuyao, B. N., Cordero, M. C. B., Kudose, A., & Madrilejos, F. A. (2023). Film-Induced Tourism: The Impact of Destination Exposure By Locally-Made Movies On Travel To Japan. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(4), 146–158. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v4i4.255>
- Chan, B. (2007). Film-Induced Tourism in Asia: A Case Study of Korean Television Drama and Female Viewers' Motivation to Visit Korea. *Tourism*

- Culture & Communication, 7(3), 207–224.
<https://doi.org/10.3727/109830407782212510>
- Chen, C.-Y. (2018). Influence of Celebrity Involvement on Place Attachment: Role of Destination Image In Film Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1394888>
- Chen, P.-T. (2023). Influence of Film Destination Placement on Travel Intention: Mediating Effect of Involvement and Place Attachment. *International Journal of Tourism Cities*, 9(2), 411–428. <https://doi.org/10.1108/IJTC-05-2022-0132>
- Connell, J. (2012). Film tourism: Evolution, Progress and Prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007–1029.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dela Cruz, J. A., & Lacap, J. P. (2023). Film-Induced Effects and Intention to Visit: The Intervening Role of Country Image of South Korea. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 11(1), 1–27.
<https://doi.org/10.30519/ahtr.1032405>
- Depken, C. A., Globan, T., & Kožić, I. (2020). Television-Induced Tourism: Evidence from Croatia. *Atlantic Economic Journal*, 48(2), 253–262.
<https://doi.org/10.1007/s11293-020-09673-3>
- Dwyer, L., Chen, N. (Chris), & Lee, J. (Jiyeon). (2019). The Role of Place Attachment in Tourism Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 645–652. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1612824>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3–13.
<https://doi.org/10.1177/004728759303100402>
- Fan, J., & Qiu, H.-L. (2014). Examining the Effects of Tourist Resort Image on Place Attachment. *Public Personnel Management*.
<https://doi.org/DOI:%252010.1177/0091026014535180>
- Felipe, F. B. H., David, J. D., & Ambrosio, P. S. (2022). Mediating Effect of Perceived Destination Image Between K-Dramas motivational influence and visit intention to South Korea. *Journal of Tourism, Hospitality, & Culinary Arts*.
- Fu, H., Ye, B. H., & Xiang, J. (2016). Reality TV, Audience Travel Intentions, and Destination Image. *Tourism Management*, 55, 37–48.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.009>
- Fu, X., Adejoke, A. B., Salaripour, A., Zali, N., & Reihani, Z. S. (2024). Does Urban Livability Lead to Place Attachment and Behavioural Intentions? Case Study: Isfahan City. *Environment and Urbanization ASIA*, 15(1), 156–174. <https://doi.org/10.1177/09754253241233781>
- Gazley, A., & Watling, L. (2015). Me, My Tourist-Self, and I: The Symbolic Consumption of Travel. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(6), 639–655. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.954690>
- Gulo. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Hahm, J. (Jeannie), & Wang, Y. (2011). Film-Induced Tourism as a Vehicle For Destination Marketing: Is it Worth the Efforts? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(2), 165–179. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.546209>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth). Cengage.
- 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: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Han, J., Zhang, G., Xu, S., Law, R., & Zhang, M. (2022). Seeing Destinations Through Short-form Videos: Implications for Leveraging Audience Involvement to Increase Travel Intention. *Frontiers in Psychology*, 13, 1024286. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1024286>
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2013). *Structrual Equation Modeling*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for Testing The Involvement Construct in Recreational and Tourism Contexts. *Leisure Sciences*, 12(2), 179–195. <https://doi.org/10.1080/01490409009513099>
- Hildawati, Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., Wakhyudin, Setiawan, H., Hadiyat, Y., Sroyer, A. M., & Saktisyahputra. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Aplikasi Pengolahan analisa Statistik*. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- Hosany, S., Buzova, D., & Sanz-Blas, S. (2020). The Influence of Place Attachment, Ad-Evoked Positive Affect, and Motivation on Intention to Visit: Imagination Proclivity as a Moderator. *Journal of Travel Research*, 59(3), 477–495. <https://doi.org/10.1177/0047287519830789>
- Hua, Y., Jittithavorn, C., Lee, T. J., & Chen, X. (2021). Contribution of TV Dramas and Movies in Strengthening Sustainable Tourism. *Sustainability*, 13(22), 12804. <https://doi.org/10.3390/su132212804>
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396. <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Hyeonseock, K. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Gyeonggi Di Korea Selatan Untuk Menarik Wisatawan Indonesia. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2017.v03.i02.p06>
- Jakpat. (2025). *Korean Drama Trends in Indonesia*. Jakpat Survey. <https://insight.jakpat.net/tag/k-drama-trends/>
- Jeju Special Self-Governing Province, & Jeju Business Agency. (2024). Jeju Taps Indonesian Influencer as New Ambassador to Boost Tourism. <https://jeju-asean.org/notice/jeju-taps-indonesian-influencer-as-new-ambassador-to-boost-tourism/>
- Jeju Special Self-Governing Province, & Jeju Tourism Organization. (2024). 11-Year Integrated Analysis: Report on the Results of Quantitative Surveys of

- Tourists Visiting Jeju Island. Jeju Tourism Organization. <https://data.ijto.or.kr/community/board-7/BM2024102314231701CMOXTV/BI2025033111211901AHMJIM>
- Jeju Tourism Organization. (2024). K-Contents in Jeju: Experience Amazing 2024. Jeju Tourism Organization.
- Jeju Tourism Organization. (2025). Jeju Visitor Statistic—ASIA [Komunikasi pribadi].
- Jeju Tourism Organization. (2025). Ojo Port [Grafis]. <https://photo.visitjeju.net/usr/cnt/contentsImageList.do>
- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A., & Jameel, A. (2019). The Influence of Destination Image on Tourist Loyalty and Intention to Visit: Testing a Multiple Mediation Approach. *Sustainability*, 11(22), 6401. <https://doi.org/10.3390/su11226401>
- Kim, D., & Suh, Y. (2023). A Study on Hallyu Tourism Revitalization Model: Focusing on The Case of Jeju Island. *Journal of Product Research*, 41(4), 103–116. <https://doi.org/10.36345/KACST.2023.41.4.013>
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Kim, S. (2010). Extraordinary Experience: Re-enacting and Photographing at Screen Tourism Locations. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 59–75. <https://doi.org/10.1080/14790530903522630>
- Kim, S. (2011). Audience Involvement and Film Tourism Experiences: Emotional Places, Emotional Experiences. *Tourism Management*, S0261517711001026. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.008>
- Kim, S. (2012). The Relationships of On-Site Film-Tourism Experiences, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Case of Asian Audience's Responses to a Korean Historical TV Drama. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(5), 472–484. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.691399>
- Kim, S., & Wang, H. (2012). From Television To The Film Set: Korean drama Daejanggeum Drives Chinese, Taiwanese, Japanese and Thai Audiences To Screen-Tourism. *International Communication Gazette*, 74(5), 423–442. <https://doi.org/10.1177/1748048512445152>
- Kline, R. B. (2016). Principles and Practice of Structural Equation Modeling (Fourth). The Guilford Press. www.guilford.com
- KOFICE. (2024). 2024 Overseas Hallyu Survey. The Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE). <https://hallyuresearch.kofice.or.kr/>
- Korean Tourism Data Lab. (2025). Indonesia tourists visiting by region. Korean Tourism Data Lab. <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/nat/getNatFocTourAna.do#>
- Laurent, G., & Kapferer, J.-N. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles. *Journal of Marketing Research*, 22(1), 41. <https://doi.org/10.2307/3151549>
- Lee, C., Kim, S., & Ochieng, H. K. (2019). Analysis of Korean Wave's Trade-creating Effect and Induced Tourism: The Case of Tanzania. *The Korean*

- Journal of Area Studies, 37(4), 207–234.
<https://doi.org/10.29159/KJAS.37.4.8>
- Lexhagen, M., Ziakas, V., & Lundberg, C. (2023). Popular Culture Tourism: Conceptual Foundations and State of Play. *Journal of Travel Research*, 62(7), 1391–1410. <https://doi.org/10.1177/00472875221140903>
- Li, Y., & Jiang, S. (2024). Modelling tourists' travel intention: Role of tourism destination image, perceived value and situational involvement. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(11), 8069. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i11.8069>
- Liu, Y.-C., Lee, B.-H., Lo, Y.-C., & Yeh, S.-S. (2018). The Effect of Activity Involvement on Place Attachment with Co-Creation as a Mediator. *Advances in Hospitality and Leisure*, 14, 41–56. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220180000014003>
- Loan, N. T., Vu, M. A., & Tuyen, V. V. (2023). The Relationship between Tourism Service Quality, Tourist's Satisfaction and Loyalty: A Study by Using Smart Pls-Sem Approach.
- Ng, T.-M., & Chan, C.-S. (2020). Investigating Film-Induced Tourism Potential: The Influence of Korean TV Dramas on Hong Kong Young Adults. *Asian Geographer*, 37(1), 53–73. <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>
- Ozili, P. K. (2023). Social Research Methodology and Publishing Results: A Guide to Non-Native English Speakers. Dalam C. A. Saliya (Ed.), *Advances in Knowledge Acquisition, Transfer, and Management* (hlm. 134–143). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6859-3.ch009>
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia Menuju World Class University (WCU). (2024). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Pereira, V., Gupta, J. J., & Hussain, S. (2022). Impact of Travel Motivation on Tourist's Attitude Toward Destination: Evidence of Mediating Effect of Destination Image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(5), 946–971. <https://doi.org/10.1177/1096348019887528>
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-Directed Behaviours: Broadening and Deepening The Theory of Planned Behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40(1), 79–98. <https://doi.org/10.1348/014466601164704>
- Pinardi, R. R., Rizan, M., & Wahyu Handaru, A. (2023). The Influence of the Drama Industry on the Increasing Decisions to Visit Indonesian Tourists to Abroad: Literature Review. *International Journal of Research and Review*, 10(10), 56–67. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20231008>
- Pramita, Y., & Harto, S. (2016). Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia Untuk Berwisata Ke Korea Selatan. *JOM FISIP*, 3(2), 1–15.
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342–356. <https://doi.org/10.1177/0047287511410321>

- Ringle, C., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). SmartPLS 3 [Perangkat lunak]. SmartPLS GmbH. <http://www.smartpls.com>
- Saragih, M. G., Saragih, L., Sugito, & Hantono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif di Manajemen Dengan Aplikasi SEM PLS. Eureka Media Aksara.
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Syahrul, K. (2025). Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4. Borneo Novelty Publishing.
- Shaikh, M. (2024). A Comprehensive Study on the Haenyo of Jeju Island: Tradition, Sustainability, and Women's Empowerment. 6(1).
- Shi, D., Soonsan, N., & Phakdee-Auksorn, P. (2024). The Effect of Audience Involvement on Previsit Behavioral Intentions: The Mediating Role of Place Attachment. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-01-2024-0021>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (5 ed.). Alfabeta.
- Sukendi, J., Siregar, R. K., Wansaga, S. C., & Gunadi, W. (2023). Influencing Factors of K-Drama Satisfaction and their Impacts on Fanaticism and Behavioral Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 8(3), 16–24. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.3.1930>
- Suryawanshi, A., & Ragde, R. (2023). Film-Induced Place Attachment: A Study of Emotional Connection that Tourists Develop with Destinations Depicted in Films. *Euro-Asia Tourism Studies Journal*, 4(December 2023). <https://doi.org/10.58345/SCBX7535>
- Tao, H., Zhou, Q., Tian, D., & Zhu, L. (2022). The Effect of Leisure Involvement on Place Attachment: Flow Experience as Mediating Role. *Land*, 11(2), 151. <https://doi.org/10.3390/land11020151>
- Telim, S. H., Griseldis, G., & Wijaya, S. (2022). Tourism Film and Its Influence on Destination Image and Intentions For Indonesian Tourist Visits To South Korea. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 213–223. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.7513>
- Toding, M. K. (2024). Hallyu Tsunami: How Korean Pop Culture Reshapes Indonesian Consumer. *LATTE: A Journal of Language, Culture, and Technology*, 1(1), 9–16.
- Wachyuni, S. S., Zephira Aisya Dalimarta, Fernanda Stefani, Hapsari Nindya Kinasih, Liem Christina Puspitasari, & Muhammad Farrel Aldean Hermanto. (2023). Pengaruh Makanan Tradisional Pada Drama Korea Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Indonesia Ke Korea Selatan. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(1), 31–46. <https://doi.org/10.35814/tourism.v11i1.4596>
- Wang, D. (2025). Examining the Effects of Potential Tourists' Destination Familiarity on Destination Image and Travel Intention: A Mixed Approach of PLS-SEM and fsQCA. *Sage Open*, 15(1), 21582440251319612. <https://doi.org/10.1177/21582440251319612>
- Welcome to Samdal-ri Gallery. (2025). [Grafis]. https://kdrama.fandom.com/wiki/Welcome_to_Samdalri/Gallery

- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach. *Forest Science*, 49(6), 830–840. <https://doi.org/10.1093/forestscience/49.6.830>
- Yun, I., Yoon, J., Choi, J., & Park, S. (2011). Jeju: This Unique Island. *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8.
- Zhang, S., & Lo, Y.-H. (2024). Tourists' perceived destination image and heritage conservation intention: A comparative study of heritage and film-induced images. *International Journal of Tourism Cities*, 10(2), 469–490. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2022-0093>
- Zhou, J., Yhee, Y., Kim, E., Kim, J.-Y., & Koo, C. (2021). Sustainable Tourism Cities: Linking Idol Attachment to Sense of Place. *Sustainability*, 13(5), 2763. <https://doi.org/10.3390/su13052763>