

**PENGARUH CITRA DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG DAN IMPLIKASINYA PADA
LOYALITAS PENGUNJUNG DI DAGO DREAM PARK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh :

Azka Fania Kharima

1604159

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

2020

**PENGARUH CITRA DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS
PENGUNJUNG DI DAGO DREAMPARK**

Oleh : Azka Fania Kharima

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial**

**© Azka Fania Kharima 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2020**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi tidak boleh
diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi,
atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.**

LEMBAR PENGESAHAN

Azka Fania Kharima

1604159

PENGARUH CITRA DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PENGUNJUNG DI DAGO DREAMPARK

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST.,PAR., MM.

NIP.19880703 201504 2 002

Pembimbing II

Oce Ridwanudin, S.E., M.M.

NIP.19810407 201012 1 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure

Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST.,PAR., MM.

NIP.19880703 201504 2 002

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Citra Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung dan Implikasinya pada Loyalitas Pengunjung di Dago Dreampark” merupakan hasil karya saya sendiri. Saya tidak melakukan pengutipan maupun penjiplakan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Berdasarkan pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2020,
Penulis

Azka Fania Kharima
1604159

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu. Penulis mendapatkan banyak bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik moral maupun material. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orangtua penulis, Bapak Masri dan Ibu Juwarti yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada penulis secara *moril*.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. AH Galihkusumah, S.ST.,PAR.,MM selaku ketua Prodi Manajemen Resort & Leisure, juga sebagai dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Oce Ridwanudin, S.E., MM selaku dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan saran, kritik serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Manajemen Resort & Leisure, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk ilmu dan pengalamannya selama ini, terimakasih juga untuk dukungandan bantuannya, semoga apa yang telah diberikan kepada kami selaku mahasiswa Program Studi Manajemen Resort & Leisure.
7. Seluruh pihak Dago Dreampark yang telah mengizinkan dan membantu penelitian penyelesaian skripsi ini.
8. Naomi Kamal Gusman, Dinda Nabila, Nurul Pratiwi, Syahna Maudi, Rozica Ardelia, Monica Balqis, Zala Fafa, Roro Daniela, Kamila Rahayu, Nurul Hasanah, Rena Tresnawati, Ghina Agia, Ananda Putri, Dimas Arif

yang selalu menemani dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Seluruh teman-teman MRL 2016 yang sudah menemani penulis selama kurang lebih empat tahun dan memberikan kesan yang melekat sehingga penulis merasa bahagia menjadi keluarga besar dari MRL 2016.
10. Kang Tofik Permana, Kang kurong, dan Naufalika Anggi yang sudah memberikan arahan serta bimbingan dan selalu meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikan dan keikhlasannya di balas oleh Allah SWT, Amin yarabbalamin.
11. Teman-teman KKN Rancakasumba yang sudah memberikan semangat kepada penulis, dan menemani penulis pada saat KKN berlangsung.
12. Teman-teman SMA yang sudah menemani penulis pada jamannya hingga sekarang.
13. Aplikasi Transportasi *Online* yang telah memudahkan penulis dalam berpergian selama proses pengerjaan skripsi.
14. Seluruh keluarga besar Manajemen Resort & Leisure yang telah memberikan kesan selama perkuliahan berlangsung hingga selesainya skripsi ini.

Akhir kata, penulis panjatkan do'a semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal dan berlipat ganda atas segala bentuk dukungan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim, Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Citra Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung dan Implikasinya pada Loyalitas Pengunjung di Dago Dreampark” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi program Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen-dosen yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, keluarga besar serta rekan-rekan yang sudah memberikan dukungan dan semangat baik secara mental maupun spiritual.

Penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dimasa mendatang. Karena penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penyusunan skripsi ini baik bentuk penyajian maupun sistematikanya, masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Akhirnya semoga penyusunan yang telah dijalani ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi yang membacanya.

Bandung, Januari 2020,

Penulis

Azka Fania Kharima

NIM 1604159

ABSTRAK

PENGARUH CITRA DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PENGUNJUNG DI DAGO DREAMPARK

Oleh

Azka Fania Kharima

NIM 1604159

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh mengenai citra daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung dan implikasinya pada loyalitas pengunjung. Penelitian ini menganalisis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari citra daya tarik wisata terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan responden sebanyak 250 pengunjung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan populasi yaitu pengunjung Dago Dreampark. Penelitian ini menggunakan *pilot test* sebanyak 50 responden. Selanjutnya dilakukan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra daya tarik wisata secara tidak langsung positif mempengaruhi loyalitas pengunjung. Studi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengelola dalam meningkatkan loyalitas pengunjung dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kata kunci : Citra Daya Tarik Wisata, Kepuasan, Loyalitas Pengunjung

ABSTRACT

EFFECT OF TOURISTS' ATTRACTION IMAGES ON TOURISTS' SATISFACTION AND ITS IMPLICATION ON TOURIST LOYALTY

By

Azka Fania Kharima

NIM 1604159

The purposes of this resources are to analyze effect among tourist attraction images, tourist satisfaction and tourist loyalty. This research analyzed direct and indirect effects of tourist attraction images on tourist loyalty. Methode used of this research was quantitative approach with 250 respondents. accidental sampling was used with a population of visitors whom attended Dago Dreampark. Pilot test on 50 respondent was used. Path analysis was followed afterward. Result of this study shows that destination images effects tourist loyalty indirectly by tourists' satisfactions. This research gives contribution to management in enhancing tourist loyalty and able to be references for the next research.

Keywords: *tourist attraction images, satisfaction, tourist loyalty*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 Latar Belakang.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
2.1. Sistematika Penulisan	5
2.2. Definisi Istilah	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka	7
2.1. Citra Daya Tarik Wisata	8
2.2. Kepuasan Pengunjung.....	10
2.3. Loyalitas Pengunjung	12
2.4. Kerangka Pemikiran	13
2.5. Hipotesis Penelitian	14
BAB 3 Metode Penelitian	15
3.1. Desain Penelitian	15
3.2. Lokasi Penelitian.....	16
3.3. Populasi dan Sampel.....	17
3.4. Variabel Penelitian.....	18
3.5. Instrumen Penelitian	19
3.6. Jenis Data dan Sumber Data	20
3.7. Uji Validitas dan Reabilitas	21
3.8. Teknik Analisis data	24
3.11 Uji Hipotesis	28
3.12 Koefisiensi Determinasi	30

BAB 4 Hasil dan Pembahasan	31
4.1. Profil dan Lokasi Penelitian.....	31
4.2. Karakteristik Pengunjung	35
4.3. Tanggapan Responden Mengenai Citra Daya Tarik Wisata.....	39
4.4. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pengunjung.....	41
4.5. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pengunjung.....	43
4.6. Analisis Data (Uji Persyaratan/ Asumsi Klasik).....	44
4.7. Uji Hipotesis	47
4.8. Analisis Jalur.....	50
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB 5 Simpulan dan Rekomendasi	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Rekomendasi.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Ulasan Daya Tarik Wisata	2
Tabel 1.2 Ulasan Pengunjung di Dago Dreampark.....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	18
Tabel 3.2 Skala Likert	22
Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data	22
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel	22
Tabel 3.5 Case Processing Summary	24
Tabel 3.6 Reliability Statistics	24
Tabel 3.7 Interpretasi Nilai Koefisiensi Korelasi.....	25
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Citra Daya Tarik Wisata	42
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung.....	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pengunjung.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.5 Linieritas Loyalitas Dengan Citra	49
Tabel 4.6 Linieritas Loyalitas Dengan Kepuasan	49
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Koefisiensi Jalur X terhadap Y	49
Tabel 4.9 Koefisiensi Determinasi X terhadap Y	51
Tabel 4.10 Koefisiensi Jalur X terhadap Z dan Y terhadap Z.....	52
Tabel 4.11 Hasil (Uji F) X dan Y terhadap Z.....	55
Tabel 4.12 Koefisiensi Determinasi X dan Y Terhadap Z	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	18
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....	25
Gambar 3.3 Garis Kontinum	27
Gambar 4.1 Lokasi Penelitian	35
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	35
Gambar 4.3 Usia Responden.....	38
Gambar 4.4 Daerah Asal Responden	39
Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	40
Gambar 4.6 Jenis Pekerjaan Responden	37
Gambar 4.7 Lama Waktu Berkunjung Responden.....	38
Gambar 4.8 Sumber Informasi Responden	39
Gambar 4.9 Garis Kontinum Citra Daya Tarik Wisata.....	40
Gambar 4.10 Garis Kontinum Kepuasan Pengunjung	42
Gambar 4.11 Garis Kontinum Loyalitas Pengunjung.....	43
Gambar 4.12 Struktur Analisis	59

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Kuncoro Engkos dan Riduwan. (2007). Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artuğer, S., et al. 2013. The effect of destination image on destination loyalty: application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5 (13) : 124-136.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action*. New York: Kent Publishing Company.
- Assaker, G., & Hallak, R. (2013). Moderating Effects of Tourists' Novelty-Seeking Tendencies on Destination Image, Visitor Satisfaction, and Short- and Long-Term Revisit Intentions. *Journal of Travel Research*, 600-613.
- Baloglu, S., & McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 868–897.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intention? *Tourism management*, 1115-1122.
- Chi, C., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*.
- Coban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satifaction and Loyalty: the case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 222-232.
- Crompton, J. L & Ankomah, Paul K. 1993. Choice Set Propositions in Destination Decisions. *Annals of Tourism Research* 20(3), 461-476
- Dharmmesta, Bashu, Swastha. 1999. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3
- Didin Syarifuddin. (2018). Nilai Citra Kota Dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang)
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management. *Journal of Marketing Research*, 337–346.
- Gay, L., Mills, G., & Airasian, P. (2009). *Educational research: Competencies for analysis and applications (9th edition)*. Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall.

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS.

Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Google Review. (2019). *Rating Dago Dreampark*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=dago+dream+park&oq=dag&aqs=chrome..69i57j35i39j0l6.2010j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e72b74834179:0x3e7cac47b7036e5f,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating De Ranch*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=de+ranch&oq=de+ranch&aqs=chrome..69i57j35i39j0l6.2502j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e0e3695f0ed1:0x16c00c8a0069d30,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating D'Dieu Land*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=d+dieu+land&oq=d+dieu+land&aqs=chrome..69i57j0l7.3039j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e0d5be0ccb09:0x67627cb5b6f1829e,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating Dusun Bambu*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=dusun+bambu&oq=dusun&aqs=chrome..69i57j0l7.3381j1j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e18bdbcb51d9:0x86ddef582346b19e,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating Farm House Susu Lembang*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=farm+house+susu+lembang&oq=farm+ho&aqs=chrome..69i57j0l5.2985j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e13bbef5ad89:0x356bebed022b2371,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating Floating Market*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=floating+market&oq=floa&aqs=chrome..69i57j0l7.1865j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e11c511e8e0f:0xf709b30684ff9a48,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating Kebun Begonia*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=kebun+begonia&oq=kebun+&aqs=chrome..69i57j35i39j0l6.2152j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e0f367d63315:0xac823530fc733ca6,1,,,>. Diakses pada 22 Agustus 2019

Google Review. (2019). *Rating The Lodge Maribaya*. [Online]. . Diakses dari <https://www.google.com/search?q=the+lodge+maribaya&oq=the+lodge&aqs=chrome..69i57j0l7.4316j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x2e68e11c511e8e0f:0xf709b30684ff9a48,1,,,>

- 8#lrd=0x2e68e7e5665cd123:0x42e7f646b2aa9aca,1,,,. Diakses pada 22 Agustus 2019
- Google Review. (2019). *Rating Orchid Forest Lembang*. [Online]. . Diakses dari
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Jorgansen, Louise Gylling. 2004. "An Analysis of a Destination's Image and the Language of Tourism" *UNIQUELY SINGAPORE* , 9 (September), p.13.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium, Jilid I, Edisi kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lauer , R. (1993). *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lobato, Lucio, H., Solis, M., MolinerTena, M., & García, J. (2006). Tourism Destination Image, Satisfaction and Loyalty: A Study in Ixtapa-Zihuatanejo, Mexico. *Tourism Geographies: An International Journal*.
- Lovelock C., et. Al, (2010), *Pemasaran Jasa*, Edisi 7, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- M. R. Marwan & Ahyad, Analisis Penyebaran Berita Hoax di Indonesia, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, 2017, hal 2
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(December), 418–430.
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *ournal of Marketing*,, 33–44.

- Oliviana., Mananeke., Mintardjo. Pengaruh Brand Image Dan WOM..... 1081.
Jurnal EMBA. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1081 – 1092.
- Prayag, G. (2012). Paradise for Who? Segmenting Visitors' Satisfaction with Cognitive Image and Predicting Behavioural Loyalty. 1-15.
- Rangkuti, F. (2002). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Reichheld, F.F. & Sasser, W.E., Jr (1990). Zero Defections : Quality Comes to
- Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo, 1993. Phsycological Testing principles, application, and issues; Brooks/Cole Publishing Company, Pacific Grove, California, p: 126
- Sekretariat Negara RI. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara RI.
- Shoemaker, S., & Lewis, R. (1999). Customer loyalty: The future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 345–370.
- Sirgy, M., & Su, S. (2000). *Destination Image, Self-Congruity, and Travel Behavior: Toward an Integrative Model*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, & Wiratna, V. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sun, X., et al. 2013. Developing destination loyalty: The case of Hainan Island. *Annals of Tourism Research*, 43 : 547-577
- Syarifuddin, D.2018. Nilai Citra Kota Dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang)
- Tasci, A.D.A., & Gartner,W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, volume 45.
- Taylor, S., Celuch, K., & Goodwin, S. (2004). The importance of brand equity to customer loyalty. *Journal of Product and Brand Management*, 217-227.
- Taylor, S., Celuch, Kevin, & Goodwin Step. (2004). The Important of Brand Equity to Customer Loyalty. *Journal of Product and Brand Management*, 217-227.
- Taylor, T. (1998). Better loyalty measurement leads to business solutions. *Marketing News*, 41–42.
- Tjiptono, & Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta. Andi.

Umar, H. (1997). *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .

Yap, C.S., Ahmad, R., Zhu, P. (2017). *International Tourist Satisfaction in Malaysia: Antecedents and Consequences (An international journal of tourism and hospitality research)*.