

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA**

SKRIPSI

*diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyusunan skripsi dalam memenuhi
sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Non Pendidikan*

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh:

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat

NIM. 1403115

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

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat
NIM. 1403115

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M.
NIP. 19811014 200604 2 001

Pembimbing II



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.
NIP. 19880703 201504 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.
NIP. 19791512 200812 2 002

Pengaruh *Brand Image* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Kampung Naga

Oleh
Raden Fitri Karina S.

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

© Raden Fitri Karina S. 2021
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2021

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

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021
*PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG
NAGA*

PERNYATAAN

Bersamaan dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *DAYA TARIK WISATA* TERHADAP *KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA*”** termaksud seluruh isi penelitian ini adalah benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau penjiplakan yang menggunakan berbagai cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan.

Sesuai dengan pernyataan diatas, saya selaku penulis siap menerima sanksi apabila dikemudian hari pada penelitian ini ditemukan terdapat pelanggaran etika keilmuan ataupun terdapat pihak yang melakukan klaim lain terhadap penelitian saya ini.

Bandung, Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Raden Fitri Karina S.
NIM. 1403115

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah S.W.T berkat karunia dan rahmat-Nya, skripsi yang berjudul “**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA*” dapat diselesaikan oleh penulis. Salam dan shalawat yang tercurah dilimpahkan kepada Rasulullah S.A.W, para sahabatnya, serta kepada para penerus perjuangan beliau hingga akhir zaman. Sudah banyak pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang berupa sumbangan dukungan dalam bentuk ide, informasi, moral, pemikiran, materil, dan masih banyak lagi, sehingga membuat penulis semakin termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam susunan penulisan ataupun materi, oleh karena itu penulis mohon agar bisa memberikan masukan berupa kritik maupun saran yang dapat membangun penulisan ini.**

Dengan demikian ucapan terimakasih penulis sampaikan atas kesempatan yang selama ini telah diberikan. Semoga kedepannya skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, serta berguna bagi para pembaca umum, terutama bagi penulis sendiri.

Bandung, Desember 2020

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini yang berasal dari berbagai pihak, baik akademik dan non-akademik. Maka dari itu pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Untuk Ibu saya Ni Ketut Setiawati dan Ayah saya R. P. Rully Mulyanto S. yang saya cintai, yang dengan senantiasa selalu memberikan dukungan kepada saya, mendengarkan keluh kesah saya, memaafkan segala kesalahan yang saya lakukan selama perjalanan pendidikan yang saya jalani sampai detik ini. Semoga Allah S.W.T selalu meridhoi setiap jalan kedua orang tua saya sebagaimana mereka memberikan ridhonya kepada saya, serta memberikan keberkahan, kesehatan, dan keselamatan.
3. Untuk adik saya R.P Heru Hermawan S. yang selalu memberikan saya motivasi dan mengingatkan saya agar semakin cepat untuk mengerjakan skripsi agar lulus dan segera wisuda.
4. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., M.M. selaku ketua program studi dari Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang selalu mendidik para mahasiswa Manajemen Resort dan Leisure.
5. Ibu Sri Marhanah S.S., M.M. dan Ibu Ghoitsa Rohmah S.Par., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi karena ini sudah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan dukungan bagi penulis, serta selalu sabar dalam membimbing penulis selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen-dosen selama penulis menempuh pendidikan di program studi Manajemen Resort dan Leisure, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala pengorbanan baik ilmu, waktu, serta tenaga yang sudah diberikan kepada penulis hingga dapat melangkah sejauh ini. Serta Bapak Rahmat dan Ibu Nurul yang selalu membantu penulis dalam proses administrasi akademik program studi Manajemen Resort dan Leisure selama penulis berada pada masa perkuliahan maupun hingga proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada para sahabat penulis, Adryan Jaka Lelana dan Maharani C. R. yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
8. Kepada Pradipta Pandu yang sudah memberikan dukungan, motivasi, dan tidak lelah mendengarkan keluh-kesah penulis, serta menemani penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk para sahabat tercinta Dicky Angga Triana, Romi Nuryawan, dan Anisa Dwi Lestari yang telah memberikan berbagai banyak dukungan baik dalam bentuk ilmu maupun informasi, dukungan moral dalam keadaan suka maupun duka, materil, hingga waktu dan sudah menemani penulis selama penulisan skripsi ini.
10. Seluruh rekan-rekan di MRL yang sudah menemani selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini, yang selalu membuat situasi perkuliahan hingga praktek lapangan menjadi menyenangkan.

Harapan penulis semoga segala pihak yang telah membantu penulis diberikan balasan oleh Allah S.W.T atas segala kebaikan yang didapat selama ini dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

ABSTRAK

Oleh

Raden Fitri Karina S.

NIM. 1403115

Kampung Naga merupakan salah satu objek wisata adat yang berada di Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat persepsi wisatawan mengenai *brand image*, mengidentifikasi tingkat persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata, mengidentifikasi tingkat kepuasan wisatawan melakukan aktivitas wisata, serta menganalisis besarnya pengaruh *brand image* dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Kampung Naga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Kemudian penulis menganalisis data kuisioner yang didapatkan dengan menggunakan skala Likert yaitu menggunakan teknik analisis regresi berganda (*multiple regression*) dengan bantuan SPSS 20 untuk mencari korelasi antara *brand image* dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Didapatkan hasil bahwa tingkat kepuasan yang didapatkan oleh wisatawan selama melakukan kegiatan wisata pada sebuah destinasi dipengaruhi oleh *brand image* dan daya tarik wisata. *Brand Image* adalah gambaran yang terbentuk terhadap suatu destinasi wisata yang dibangun secara terus menerus maupun berkelanjutan. Dengan catatan bahwa pada defisini ini *image* yang kemudian dikonfirmasi oleh wisatawan yang bersangkutan berdasarkan pengalaman dan tingkat kepuasan terhadap kualitas daya tarik wisata yang didapatkan selama berwisata. Daya tarik wisata merupakan salah satu produk wisata di suatu destinasi wisata yang merupakan motivasi utama untuk wisatawan dalam melakukan kegiatan kunjungan wisata. Maka kualitas daya tarik wisata dan *brand image* yang semakin baik akan menjadi indikator yang berpengaruh kemudian mampu membuat sebuah keterkaitan dalam hal kepuasan wisatawan di suatu objek wisata.

Kata Kunci : *brand image*, daya tarik wisata, kepuasan wisatawan.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

**THE IMPACT OF BRAND IMAGE AND TOURISM ATTRACTION
ON TOURIST SATISFACTION IN KAMPUNG NAGA**

ABSTRACT

Raden Fitri Karina S.
1403115

Kampung Naga is one of the traditional tourism objects in Tasikmalaya Regency. This study aims to identify the level of tourist perceptions regarding brand image, identify the level of tourist perceptions of tourist attractions, identify levels of tourist satisfaction in tourism activities, and analyze the magnitude of the influence of brand image and tourist attractions on tourist satisfaction in Kampung Naga. The method used in this research is descriptive method with a quantitative approach. Then the authors analyzed the questionnaire data obtained using a Likert scale, namely using multiple regression analysis techniques (multiple regression) with the help of SPSS 20 to find a correlation between brand image and tourist attraction on tourist satisfaction. The results show that the level of satisfaction obtained by tourists during tourist activities at a destination is influenced by the brand image and tourist attraction. Brand Image is a picture that is formed towards a tourist destination which is built continuously or sustainably. With a note that in this definition the image which is later confirmed by the tourist concerned is based on the experience and level of satisfaction with the quality of the tourist attraction obtained during the tour. Tourist attraction is one of the tourism products in a tourist destination which is the main motivation for tourists to carry out tourist visit activities. Then the quality of tourist attractions and a better brand image will be an influential indicator then able to make a linkage in terms of tourist satisfaction in a tourist attraction.

Keywords : brand image, tourist attraction, tourist satisfaction.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	
1	
ABSTRAK	6
ABSTRACT	9
KATA PENGANTAR.....	5
UCAPAN TERIMA KASIH.....	6
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL.....	14
BAB I.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PENDAHULUAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Rumusan Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.5 Sistematika Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB II.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KAJIAN TEORI.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Pemasaran Pariwisata.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2 <i>Brand Image</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.2 Strategi <i>Brand Image</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.3 Proses <i>Branding</i> Produk Wisata.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3 Daya Tarik Wisata.....	21
2.4 Kepuasan Wisatawan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

2.6 Penelitian Terdahulu	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.7 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1 Lokasi Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.2 Metode Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3 Populasi dan Sampel.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5 Variabel Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6 Teknik Pengumpulan Data	41
3.7 Uji Instrumen Penelitian	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB IV	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PEMBAHASAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1 Gambaran Umum	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.1 Karakteristik Pengunjung.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2 Tingkat Persepsi <i>Brand Image</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.3 Tingkat Persepsi Daya Tarik Wisata	61
4.4 Tingkat Kepuasan Wisatawan.....	64
4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Kampung Naga.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5.1 Uji Statistik	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5.2 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Stimulan (Uji F)	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5.4 Upaya Pengelola Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan.....	80
4.6 Pembahasan Temuan Penelitian.....	81
BAB V	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.1 Kesimpulan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

5.2 Rekomendasi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR PUSTAKA	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
LAMPIRAN	95
i. Kuisisioner Penelitian	95
ii. Uji Validitas	101
iii. Uji Realibilitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
iv. Data Jumlah Wisatawan Kampung Naga	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
v. Dokumentasi di Kampung Naga	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kenyamanan Wisatawan di Kampung Naga	6
Gambar 3.1 Peta Kawasan Kampung Naga.....	33
Gambar 3.2 Garis Kontinum	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 3.3 Regresi Berganda.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi Wisatawan.....	52
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Berdasarkan Waktu Kunjungan Terakhir	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Berdasarkan Keputusan Wisatawan.....	55
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pihak Yang Diajak Untuk Berwisata	56
Gambar 4.7 Diagram Karakteristik Berdasarkan Lama Waktu Berwisata.....	58
Gambar 4.8 Garis Kontinum Mengenai <i>Brand Image</i>	60
Gambar 4.9 Garis Kontinum Mengenai Daya Tarik Wisata	62
Gambar 4.10 Garis Kontinum Mengenai Kepuasan Wisatawan.....	65
Gambar 4.11 Kurva Histogram	68
Gambar 4.12 <i>P-P Plot of Regression</i>	69
Gambar 4.13 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Objek Daya Tarik Wisata di Kabupaten Tasikmalaya Yang Banyak Dikunjungi Wisatawan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampung Naga Tahun 2016-2018	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel 3.2 Variabel Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel 3.3 Tabel Koefisien Reabilitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Wisata	61
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Wisatawan	64
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)	75
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Regresi	76
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden	81

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika, Ninit. 2018. "Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia". Yogyakarta. Deepublish, STKIP PGRI Sumbar Press.
- Alma, Buchari. 2013. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung. Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. "Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2004. "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi". Jakarta. Raja Gravindo Persada.
- Avenzora, Ricky. 2008. "*Ecotourism dan Praktek*". Banda Aceh. BRR NAD-NIAS. Bandung: Alfabeta.
- Balqis, Diab. 2009. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Basiya, R dan Hasan Abdul Rozak. 2012. "Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah". Pascasarjana Univesitas Stikubank Semarang.
- Chenini, A. & Touati, M. 2018. "*Building Destination Loyalty Using Tourist Satisfaction and Destination Image: A Holistic Conceptual Framework. Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*". Algeria. Universitas Ghardaia.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

Dewa, Wayan I., dan Luh Gede Leli Kusuma Dewi. 2017. “Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Memilih Taksi Blue Bird Di Bali”. Universitas Udayana Bali.

Dewi, Indarti Komala. 2015. “Mitigasi Bencana Pada Masyarakat Tradisional Dalam Menghadapi Perubahan Iklim di Kampung Naga Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya”. Universitas Pakuan Bogor.

Destari, Fajar. 2017. “Meningkatkan Intention Untuk Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata & *Destination Image*”. Studi Kasus Pada *Big Event JFC*. Universitas Jember.

Eka, Sunarti, Edriana Pangestuti. Oktober 2017. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang”. Malang. Universitas Brawijaya.

Fahmi, Irham. 2013. “Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi”. Bandung. Alfabeta.

Fajria, Rif'ati, Toto Sucipto. 2002. “Kampung Adat dan Rumah Adat di Jawa Barat”. Bandung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat.

Firdasari, G. 2018. “Strategi *Branding* AIESEC Dalam Membangun *Brand Awareness* AIESEC Organisasi Kepemimpinan”. Bandung. Universitas Islam Bandung.

Gelgel, I Putu. 2006. “Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa Implikasi Hukum dan Antisipasinya”. Bandung: Refika Aditama.

Hamzah, Yeni Imaniar. 2013. “Potensimedia Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia”. Jakarta. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

Hermanwan, Hary. 2017. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan”. Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional Bandung.

Herliza. 2016. “Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Zara Mall di Paris Van Java Bandung”. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. Bandung.

Ida Bagus, Edriana Pangestuti. 2018. “Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung; Survei pada Pengunjung Situs Trowulan”. Universitas Brawijaya. Malang.

Indriani, R. & Nodia, F., 2017. “Penyebab Masyarakat Kota Alami Tingkat Stres Tertinggi”. (Online) <http://www.suara.com/lifestyle/2017/04/12/170749/ini-penyebab-masyarakat-kota-alami-tingkat-stres-tertinggi>. Diakses tanggal 22 Februari (2019) : 22.30 WIB

Kandampully, J. dan Suhartanto. 2000. “*Customer Loyalty in Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image*”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Kho, Dessy, Fransisca Andreani. 2014. “Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Persepsi Nilai Sebagai Variabel Perantara Di Tx Travel Surabaya”. Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Kirom, Novita Rifaul. 2016. “Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan”. Universitas Negeri Malang.

Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. 2017. “Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana di Wisata Taman Kopeng”. Jakarta. Universitas Gunadharma.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021
PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

- Kotler, Keller K L. 2012. "Marketing Management". 14th Edition, Prentice Hall.
- Kristiutami, Yuliana Pinaringsih. 2017. "Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung". Akpar BSI Bandung.
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. 2011. "*Destination Image: Origins, Developments, and Implications*". Portugal. Polytechnic Institute of Cavado and Ave.
- Morgan, Niggel. Pritchard. Pride. 2011. "*Destination Brands: Managing Place Reputation, Third Edition*". United States of America. Elsevier.
- Morrison. 2010. "Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Pertama". Jakarta. PRENADAMEDIA GROUP.
- Nurazizah,GR. Marhanah,S. 2020. "*Influence Of Destination Image And Travel Experience Towards Revisit Intention In Yogyakarta As A Tourist Destination*". *Journal of Indonesian tourism, hospitality and recreation*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nurulliya, Tika. 2017. "Pengaruh Brand Image Dan Knowledge Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Anggota BMT Gunungjati Cabang Kalisapu Cirebon". Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Nuryawan,R. Nurazizah,GR. Kusumah,AHG. 2018. "*The Influence of Hotel Attributes on Three Star Hotels Guest Satisfaction in Bandung City*". Manajemen Resort dan Leisure. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Octaviani, Stacey. 2012. "Peranan *Website* Dalam Membentuk Citra Merek Airporteve". Jakarta. BINUS.
- Oktavianty, Dilla, Rani. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Di Kawasan Wisata Gunung Galunggung". Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Payangan, Otto R. 2014. "Pemasaran Jasa Pariwisata". Bandung: IPB Press.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. "Sosiologi Pariwisata". CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Primasari, Ina. 2010. "*City Branding* Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa". Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Prof. Dr. A Muri Yusuf, M. Pd. 2014. "Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan, Edisi Pertama". Jakarta. KENCANA.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2007. "Statistika Untuk Penelitian". Bandung. CV ALFABETA.
- Purwanto, Suharyadi. 2011. "Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern", buku 2, edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Rachman, Ichsan Taufik. 2015. "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pramuwisata dan Kepuasan Wisatawan di Kampung Naga". Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rafid, Taufiq, dan Syarif. 2016. "Perancangan Media Informasi "Wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi" Kota Bandung". Universitas Telkom.

- Setiawan, A. Judhie. 2009. "Perencanaan Merek". Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Setiyorini, Heri Puspito Diyah. 2019. "Media Interpretasi Elektronik dalam Pengembangan Ekowisata dan Implikasinya pada Ketahanan Budaya". Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Shinta, Agustina. 2011. "Manajemen Pemasaran". Malang. Brawijaya Press.
- Shimp, Terence A. 2003. "Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu". Jakarta. Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2008. "Panduan Riset Perilaku Konsumen", Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan. 2015. "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening." Universitas Diponegoro.
- Sopa, Fitri, Didin Syarifuddin. 2017. "Pengaruh *Brand Image* Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Saung Angklung Udjo". Manajemen Pariwisata. STP ARS Internasional.
- Stevianus. 2014. "Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta". Universitas Gunadarma.
- Sugiyono. 2007. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung. Alfabeta.

Raden Fitri Karina Suryadhiningrat, 2021

PENGARUH BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAMPUNG NAGA

- Suprpto. 2011. "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran". Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Suryadana, Liga, Vanny Octavia. 2015. "Pengantar Pemasaran Pariwisata". Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. "Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran". Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu. Irawan. 2008. "Manajemen Pemasaran Modern". Yogyakarta. Liberty.
- Tiwuk, Mulyadi, Widarto, dkk. 2017. "Analisis Volatilitas Harga Saham Dengan Roa Dan Roe Sebagai Variabel Kontrol". Pascasarjana Universitas Pancasila.
- Tjiptono, Fandy. 1998. "Strategi Pemasaran". Yogyakarta. Andi
- Triana, Dicky Angga. 2018. "Pengaruh Elemen Atmosfer Lobi Terhadap Keseluruhan Kesan Tamu Di Hotel Bintang Tiga Kota Bandung". Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wahyudi, Endah. 2008. "Studi Kasus Penataan Ruang Desa Adat Kampung Naga Tasikmalaya". Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota. Universitas Islam Bandung.
- Warpani, Suwardjoko P & Warpani, Indira P. 2007. "Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah". Institut Teknologi Bandung.
- Yoeti, Oka A. 2008. "Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi". Jakarta. Penerbit Buku KOMPAS.

Yusuf, A. Muri. 2014. “Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama”. Jakarta. KENCANA.

Zeithaml, V. 1988. “Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model Andsynthesis of Evidence”. *Journal of Marketing* Vol. 52.