

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DI KABUPATEN GARUT

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Strata-1

Program Studi Industri Perjalanan Wisata

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:

Erni Nuraeni

201621138

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DI KABUPATEN GARUT

NAMA : Erni Nuraeni
NIM : 201621138
PROGRAM STUDI : Industri Perjalanan Wisata
JURUSAN : Perjalanan

Pembimbing I,

Dwiesty Dyah Utami, MM.Par., M.Sc.
NIP. 198610072011012015

Pembimbing II,

Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par.
NIP. 195811091995031001

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Faisal, MM.Par., CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erni Nuraeni

Tempat/Tanggal Lahir: Garut / 06 April 1997

NIM : 201621138

Program Studi : Industri Perjalanan Wisata

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
“Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Garut”
Ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Garut, 11 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Erni Nuraeni
NIM. 201621138

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat serta karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini tepat pada waktunya. Laporan penelitian merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program Strata-1, Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Judul dalam penelitian ini ialah **“Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Garut”**.

Laporan penelitian ini tidak akan selesai tepat pada waktunya, tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan laporan penelitian ini.

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (ADAK).
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par., CHE. selaku ketua jurusan Perjalanan.
4. Bapak Singgih Tri Wibowo, MP.Par. selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan Wisata.
5. Ibu Dwiesty Dyah Utami, MM.Par., M.Sc. selaku pembimbing dalam penelitian.
6. Bapak Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par. selaku pembimbing dalam penelitian.
7. Seluruh dosen dan staf STP NHI Bandung, khususnya program studi Industri Perjalanan Wisata.
8. Bapak Alo Setiawan selaku Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Garut yang telah membantu penelitian ini dalam memberikan data serta informasi mengenai Kabupaten Garut yang diperlukan oleh peneliti.

9. Orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan moril dan materil selama penyusunan penelitian ini.
10. Keluarga besar peneliti yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada peneliti.
11. Teman-teman peneliti (Metta, Winda dan Reva) yang selalu memberi dukungan serta membantu peneliti selama penyusunan penelitian ini.
12. Teman-teman SIP 2016 yang saling memberikan dukungan selama penyusunan penelitian ini.
13. Pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menerima masukan berupa kritik maupun saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan penelitian skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Garut, dan umumnya bagi pembaca.

Garut, Juli 2020

Peneliti

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Garut” bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh citra destinasi dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Kabupaten Garut. Metode dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan pendekatan *causal explanation*, menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah penyebaran kuesioner, yaitu sebanyak 100 kuesioner disebarkan kepada wisatawan yang pernah berwisata ke Kabupaten Garut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh sebesar 66,3% terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Garut, namun secara parsial hanya variabel *cognitive image* yang berpengaruh sebesar 56,7% dan *canative image* saja yang berpengaruh sebesar 67,3%, sedangkan *afective image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Garut. Secara parsial *cognitive image* berpengaruh sebesar 67,3%, *afective image* 63,5%, dan *conative image* 57,5% terhadap loyalitas wisatawan di Kabupaten Garut, sedangkan kepuasan wisatawan tidak berpengaruh, namun secara simultan citra destinasi dan kepuasan wisatawan berpengaruh sebesar 75,6% terhadap loyalitas wisatawan di Kabupaten Garut di Kabupaten Garut.

Kata kunci: citra destinasi, kepuasan wisatawan, loyalitas wisatawan.

ABSTRACT

The title of this research is "The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty in Garut Regency". This study aims to identify the influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty. This study uses quantitative method with causal explanations approach, and uses regression analysis techniques to find out which variable that influence the most on tourist loyalty. The data collection technique used distribution of questionnaires as many as 100 questionnaires distributed to tourists who have traveled to Garut Regency. The results showed that simultaneously destination image has influence tourist satisfaction in Garut Regency as much as 66,3%, but only cognitive image (56,7%) and affective image (67,3%) have influence the tourist satisfaction, while the affective image has not influence tourist satisfaction in Garut Regency. Partially cognitive image has influence of 67,3%, affective image has 63,5%, and conative image has influence of 57,5% on tourist loyalty in Garut Regency, while tourist satisfaction has not influence, but simultaneously destination images and tourist satisfaction have influence 75,6% on tourist loyalty in Garut Regency.

Keyword: *destination image, tourist satisfaction, tourist loyalty.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Keterbatasan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori	10
1. Citra Destinasi	10
a. <i>Cognitive Image</i>	13
b. <i>Affective Image</i>	14
c. <i>Conative Image</i>	14
2. Kepuasan Wisatawan	15
3. Loyalitas Wisatawan	16
a. <i>Revisit Intention</i>	17
b. <i>Recommend to Other</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

A. Desain Penelitian.....	30
B. Objek Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	35
1. Teknik Pengumpulan Data	35
2. Alat Pengumpulan Data	36
3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
E. Matrik Operasional Variabel.....	43
F. Analisis Data	47
1. Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Uji Hipotesis.....	49
4. Analisis Regresi Berganda	50
G. Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Profil Responden.....	53
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
2. Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah	54
3. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	55
B. Citra Destinasi.....	56
1. <i>Cognitive Image</i>	56
2. <i>Affective Image</i>	59
3. <i>Conative Image</i>	62
C. Kepuasan Wisatawan	64
D. Loyalitas Wisatawan	66
1. <i>Revisit Intention</i>	66
2. <i>Recommend to Other</i>	69
E. Uji Asumsi Klasik.....	71
1. Uji Normalitas	71

2. Uji Multikolinieritas	72
4. Uji Heteroskedastisitas	73
F. Uji Hipotesis	74
1. Uji Hipotesis Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan.....	74
2. Uji Hipotesis Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan.....	77
G. Analisis Regresi Berganda	80
1. Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan	80
2. Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan ..	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
A. Simpulan	102
B. Implikasi.....	105
C. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
TABEL 1 PENELITIAN TERDAHULU	20
TABEL 2 SKALA LIKERT	37
TABEL 3 HASIL UJI VALIDITAS	39
TABEL 4 HASIL UJI RELIABILITAS	41
TABEL 5 MATRIK OPERASIONAL VARIABEL (MOV)	43
TABEL 6 JADWAL PENELITIAN	52
TABEL 7 JENIS KELAMIN	53
TABEL 8 ASAL DAERAH	54
TABEL 9 FREKUENSI KUNJUNGAN	55
TABEL 10 COGNITIVE IMAGE	56
TABEL 11 AFFECTIVE IMAGE	59
TABEL 12 CONATIVE IMAGE	62
TABEL 13 KEPUASAN WISATAWAN	64
TABEL 14 REVISIT INTENTION	66
TABEL 15 RECOMMEND TO OTHER	69
TABEL 16 UJI NORMALITAS	71
TABEL 17 UJI MULTIKOLINIERITAS	72
TABEL 18 UJI t (PARSIAL)	74
TABEL 19 UJI F (SIMULTAN)	76
TABEL 20 UJI t (PARSIAL)	77
TABEL 21 UJI F (SIMULTAN)	79
TABEL 22 HASIL PERSAMAAN REGRESI BERGANDA	80
TABEL 23 PENJABARAN PERSAMAAN KOEFISIEN	81
TABEL 24 HASIL UJI REGRESI SECARA PARSIAL	82
TABEL 25 HASIL UJI REGRESI SECARA SIMULTAN	85
TABEL 26 COGNITIVE IMAGE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN	86

TABEL 27 AFFECTIVE IMAGE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN.	86
TABEL 28 CONATIVE IMAGE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN ..	87
TABEL 29 CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	88
TABEL 30 HASIL PERSAMAAN REGRESI BERGANDA	89
TABEL 31 PENJABARAN PERSAMAAN KOEFISIEN	90
TABEL 32 HASIL UJI REGRESI SECARA PARSIAL	91
TABEL 33 HASIL UJI REGRESI SECARA SIMULTAN	96
TABEL 34 COGNITIVE IMAGE TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	97
TABEL 35 AFFECTIVE IMAGE TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	97
TABEL 36 CONATIVE IMAGE TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN.	98
TABEL 37 KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN.....	98
TABEL 38 KOEFISIEN DETERMINASI	100

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN	26
GAMBAR 2 UJI HETEROSKEDASTISITAS	73
GAMBAR 3 PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN.....	88
GAMBAR 4 PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN.....	89
GAMBAR 5 PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	99
GAMBAR 6 PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	101
GAMBAR 7 PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN.....	102
GAMBAR 8 PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN	103

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
Lampiran 1: Kuesioner	115
Lampiran 2: Coding Sheet	118
Lampiran 3: Form Bimbingan.....	122
Lampiran 4: Hasil Turnitin	125
Lampiran 5: Surat Izin Lokus Penelitian	126
Lampiran 6: Riwayat Hidup.....	129

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, B. (2020). Garut Siapkan Langkah Tangkal Stigma Wisata Mahal. *Republika.Co.Id*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/q4i7nx335/garut-siapkan-langkah-tangkal-stigma-wisata-mahal>
- Arikunto, S. (2001). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Artuğer, S., Çetinsöz, B. C., & Kılıç, İ. (2013). The Effect of Destination Image on Destination Loyalty : An Application In Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5(13), 124–136.
- Assaker, G. (2014). Examining a hierarchical model of Australia’s destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 20(3), 1–16. <https://doi.org/10.1177/1356766714527104>
- Avraham, E. (2004). Media strategies for improving an unfavorable city image. *Elsevier*, 21(6), 471–479. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2004.08.005>
- Çelik, P., Yüzbaşıoğlu, N., & Topsakal, Y. (2018). The Impact of Tourists ’ Perceptions on Revisit Intention. *Proceedings Book - IX International Tourism Congress (ITC’17)*, 745–752.
- Chi, C. G. (2012). An Examination of Destination Loyalty : Differences Between First-Time and Repeat Visitors. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(1), 1–24. <https://doi.org/10.1177/1096348010382235>
- Chi, C. G., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image , tourist satisfaction and destination loyalty : An integrated approach. *Tourism Management*, 29, 624–636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>

- Chiu, W., & Zeng, S. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty : a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture , Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223–234.
<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Çoban, S. (2015). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty : The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222–232.
- Cossío-Silva, F.-J., Revilla-Camacho, M.-Á., & Vega-Vázquez, M. (2018). The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination loyalty? Francisco-José. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1–7.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.10.003>
- del Bosque, I. A. R., Martín, H. S., & Collado, J. (2006). The role of expectations in the consumer satisfaction formation process : Empirical evidence in the travel agency sector. *Tourism Management*, 27, 410–419.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.006>
- Dewi, F. S. (2019, September 3). Menpar Ingin Jadikan Garut Sebagai Destinasi Wisata Kelas Dunia. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190903/12/1144281/menpar-ingin-jadikan-garut-sebagai-detinasi-wisata-kelas-dunia>
- Ghani, H. (2019). Bupati Rudy: Seratus Ribu Wisatawan Liburan di Garut Saat Nataru. *Detiknews*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4836017/bupati-rudy-seratus-ribu-wisatawan-liburan-di-garut-saat-nataru>
- Ghani, H. (2020). Perbaiki Wisata Garut Bupati Rudy Bentuk Tim Khusus. *Detiknews*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4867128/perbaiki-wisata-garut-bupati-rudy-bentuk-tim-khusus>

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harrison-walker, L. J. (2001). The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jørgensen, L. G. (2004). *An analysis of a destination 's image and the language of tourism*. The Aarhus School of Business.
- Khuong, M. N., & Nguyen, P. A. (2017). Factors Affecting Tourist Destination Satisfaction and Return Intention – A Study in Ho Chi Minh City , Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(2), 95–102. <https://doi.org/10.18178/joebm.2017.5.2.493>
- 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)
- Loureiro, S. M. C., & Gonzalez, F. J. M. (2008). The Importance of Quality , Satisfaction , Trust , and Image in Relation to Rural Tourist Loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 117–136. <https://doi.org/10.1080/10548400802402321>
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers ' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 227–236.
- Oppermann, M. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*,

39(78), 78–84. <https://doi.org/10.1177/004728750003900110>

Prayag, G. (2009). Tourists Evaluations of Destination Image, Satisfaction, and Future Behavioral Intentions - The Case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 836–853. <https://doi.org/10.1080/10548400903358729>

Purnama, W., & Wardi, Y. (2019). The Influence of Destination Image , Tourists Satisfaction , and Tourists Experience toward Revisit Intention to The Most Beautiful Village in The World (Nagari Tuo Pariangan). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 18–25.

Ramseook-munhurrin, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. (2015). Examining the structural relationships of destination image , perceived value , tourist satisfaction and loyalty : case of Mauritius. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 252–259. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1198>

Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut Tahun 2019-2014. (2019). Kabupaten Garut.

Ruiz, E. C., González, G. B., & Zamora, D. T. (2018). Destination image , satisfaction and destination loyalty in cruise tourism : the case of Malaga (Spain). *Tourism & Management Studies*, 14(1), 58–68. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14105>

Salim, M. A. M., & Som, P. A. M. (2018). Shaping Tourist Destinations Through Language and Visual Elements on Tourism Websites : A Tourism Discourse Perspective. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(4.34), 364–369. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.34.26874>

Schwighofer, V. (2014). *Tourist Destination images and Local Culture*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Sekretaris Daerah Kabupaten Garut. (2019). *Peraturan Daerah Kabupaten Garut Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Kepariwisata Kabupaten Garut*

Tahun 2019-2025. Kabupaten Garut.

Shafiee, M. M., Tabaeian, R. A., & Tavakoli, H. (2016). The effect of destination image on tourist satisfaction , intention to revisit and WOM : An empirical research in Foursquare social media. *10th International Conference on E-Commerce with Focus on e-Tourism*, 1–8.
<https://doi.org/10.1109/ECDC.2016.7492964>

Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Pt. Refika Aditama.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Pt. Refika Aditama.

Sparks, B. A., & Bradley, G. (2014). A ‘Triple A’ Typology of Responding to Negative Consumer-Generated Online Reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(7), 1–43.

Stylos, N., & Andronikidis, A. (2013). Exploring the cognitive image of a tourism destination. *TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM*, 8(3), 77–97.

Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the dots among destination images , place attachment , and revisit intentions : A study among British and Russian tourists. *Tourism Management*, 60, 1–52.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.006>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Suhartanto, D. W. I., Clemes, M. D., & Wibisono, N. (2018). How Experiences With Cultural Attractions Affect Destinations Image and Destination Loyalty. *Tourism, Culture & Communication*, 18, 177–189. <https://doi.org/10.3727/109830418X15319363084463>
- Teong-Jin, S. T., Ling, T. C., & Fern, Y. S. (2016). What are the Attractiveness Aspects that Influence Customer Loyalty to Homestays? A Study in Taiwan. *Jurnal Pengurusan* 48, 48(December). <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2016-48-16>
- Van, D. S. N., & Viet, D. B. N. (2019). Factors Effect on Tourist Loyalty : A Case Study of Homestay Tourism in Ben Tre (Southern Vietnam). *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(1), 1–16. Retrieved from <https://orcid.org/0000-0001-9395-1937%0AAbstract>
- Viet, D. B. N., & Nguyen, H. H. (2019). Factors Impact on Tourist Destination Loyalty : A Case Study in Ho Chi Minh City. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1–15.
- Wanita Lebih Suka Traveling Ketimbang Pria. (2020). *M.Traveloka.Com*. Retrieved from <https://m.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2015). Visitor Loyalty at a Private South Carolina Protected Area. *Journal of Travel Research*, 50(3), 335–346. <https://doi.org/10.1177/0047287510362920>