

**Pengaruh Citra Destinasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Minat Kunjungan Kembali Wisatawan**
(Studi Pada Destinasi Wisata Air Panas Padusan Kecamatan Pacet Mojokerto)

Oleh
Akhmad Farikhin *
Muhammad Mansur **
Achmad Agus Priyono ***

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan (Studi pada Wisata Air Panas Padusan Pacet)”. Penelitian ini mengangkat permasalahan bagaimana Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan kepada Minat Kunjungan Kembali Wisatawan. Alatanalisis yang digunakan adalah analisisregresi Deskriptif Kuantitatif dengan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis yang di dapat adalah terdapat pengaruh yang signifikan positif Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian maka implikasi dari penelitian ini adalah perlu adanya peningkatan citra destinasi dan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan minat kunjungan kembali wisatawan sesuai dengan hasil empiris dari penelitian ini yang menyatakan bahwa citra destinasi dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat kunjungan kembali wisatawan.

Kata kunci : Cita Destinasi, Kualitas Pelayanan dan Minat Kunjungan Kembali Wisatawan.

By
Akhmad Farikhin *
Muhammad Mansur **
Achmad Agus Priyono ***

ABSTRACT

This study is entitled "The Effect of Destination Imagery and Service Quality on Interest in Tourist Returns (Study on Padusan Hot Spring Tourism)". This study raises the issue of how the Influence of Destination Imagery and Service Quality on Tourist Return Interests. The purpose of this study was to determine how the Influence of Destination Imagery and Service Quality on Tourist Return Interests The analytical tool used is Quantitative Descriptive regression analysis with Multiple Linear Regression analysis. The results of the analysis can be found that there is a significant positive effect on the Destination Image and Service Quality on the Tourist Visit Interests. Based on the results of

the research, the implication of this study is the need for an increase in destination image and service quality in order to increase the interest of tourist return visits in accordance with the empirical results of this study which state that destination image and service quality can increase tourist return visit interest.

Keywords: *Destination Goals, Service Quality and Interest of Tourist Return Visit.*

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia tidak hanya menjadi salah satu tujuan destinasi wisata bagi wisatawan lokal, tetapi juga wisatawan mancanegara. Hal itu karena Indonesia terdiri dari banyak pulau-pulau yang memiliki keanekaragaman keindahan alam. Setiap pulau memiliki perbedaan keindahan alam yang dapat dinikmati, seperti pegunungan, pesisir pantai, danau, air terjun, pemandian alam dan lain-lain. Dengan demikian, terdapat banyak pilihan destinasi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan lokal dan mancanegara.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai macam jenis destinasi wisata. Berbagai pilihan destinasi wisata yang menarik di provinsi Jawa Timur yaitu wisata sejarah dan peninggalan purbakala, wisata religi, wisata kuliner, wisata belanja, wisata alam dan lain-lain. Beberapa jenis destinasi wisata tersebut tersebar di beberapa kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur.

suatu kabupaten terkenal sebagai tujuan destinasi wisata bagi wisatawan yaitu kabupaten Mojokerto. Kabupaten ini dikenal karena memiliki berbagai jenis destinasi wisata yang menarik. Kabupaten Mojokerto dikenal sebagai wisata sejarah karena merupakan daerah bekas wilayah kerajaan Majapahit. Selain itu, wisata alam yang ada di kabupaten Mojokerto sangat beranekaragam mulai dari pemandian alam sampai wisata *out bond*. Di samping itu, berbagai macam kerajinan tangan yang dihasilkan oleh masyarakat kabupaten Mojokerto juga menjadi daya tarik wisata belanja bagi para wisatawan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Citra destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan di Wisata Air Panas Padusan Pacet?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan di Wisata Air Panas Padusan Pacet?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan di Wisata Air Panas Padusan Pacet.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan di Wisata Air Panas Padusan Pacet.

Tinjauan Teori

Citra Destinasi Wisata

Citra destinasi wisata menurut Chen (2007:1115) mempelajari pengaruh persepsi pada wisatawan yang berkaitan dengan tujuan tertentu, dan pengelompokkan citra ke dalam empat (4) tahap pembentukan:

- 1) *Vague and realistic image*, berasal dari iklan, dan penyebaran word of mouth. Hal ini dibentuk sebelum wisatawan melakukan perjalanan. Jadi citra tersebut belum diketahui kebenarannya.
- 2) *Distortion of image*, pada tahap ini wisatawan telah memutuskan untuk melakukan perjalanan. Maka citra terhadap suatu destinasi mulai nampak kebenarannya.
- 3) *Improved image*, pada tahap ini wisatawan telah memiliki pengalaman atas perjalanan wisatanya. Sehingga citra yang samar dan tidak terbukti kebenarannya diuang dan memperkuat citra yang terbukti benar.
- 4) *Resulting image*, tahap terakhir mengacu pada memori baru atas pengalaman wisatanya yang menyebabkan apakah ada penyesalan atau kesengan terhadap destinasi yang telah dikunjungi. Hal ini akan mempengaruhi selanjutnya pada destinasi yang sama.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan tersebut didasarkan atas lima ciri utama yaitu:

1. Teknologi, yaitu kekuatan dan daya tahan.
2. Psikologis, yaitu citra rasa atau status.
3. Waktu, yaitu kehandalan.
4. Kontraktual, yaitu adanya jaminan.
5. Etika, yaitu sopan-santun, ramah dan jujur.

Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai respon langsung dari perilaku. Penerapannya dalam riset terhadap definisi minat berkunjung ulang adalah pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali di waktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska pembelian dalam jangka waktu tertentu. minat berkunjung ulang dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai *behavior attention to visit*. (Rozak, 2012;67)

Hipotesis

Hipotesis penelitian yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

H1 : Bahwa Citra Destinasi berdampak kepada Minat Kunjungan Ulang

H1 : Bahwa Kualitas Pelayanan berdampak kepada Minat Kunjungan Ulang Wisatawan

Metode Penelitian**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, menurut sugiyono (2005) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun populasi kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian kejadian relatif, distribusi atau hubungan-hubungan antar variabel.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Penelitian ini dilaksanakan di Destinasi wisata padusan air panas yang terdapat di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto.

Waktu Penelitian

Penelitian dimulai sejak tanggal 16 – 22 Desember 2019 setiap harinya peneliti membutuhkan waktu 2-3 jam

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji Validitas

Berikut Hasil Uji Validitas Citra Destinasi

Pernyataan	r-Tabel	Perbandingan r-Tabel dan r-Hitung (N=100, $\alpha=0.05$)	Keterangan
1	0.1966	0.534>0.1966	Valid
2	0.1966	0.484>0.1966	Valid
3	0.1966	0.488>0.1966	Valid
4	0.1966	0.441>0.1966	Valid
5	0.1966	0.502>0.1966	Valid
6	0.1966	0.706>0.1966	Valid
7	0.1966	0.665>0.1966	Valid
8	0.1966	0.672>0.1966	Valid
9	0.1966	0.625>0.1966	Valid
10	0.1966	0.559>0.1966	Valid
11	0.1966	0.398>0.1966	Valid
12	0.1966	0.467>0.1966	Valid
13	0.1966	0.532>0.1966	Valid
14	0.1966	0.547>0.1966	Valid
15	0.1966	0.297>0.1966	Valid
16	0.1966	0.527>0.1966	Valid
17	0.1966	0.600>0.1966	Valid
18	0.1966	0.447>0.1966	Valid
19	0.1966	0.560>0.1966	Valid
20	0.1966	0.370>0.1966	Valid
21	0.1966	0.571>0.1966	Valid
22	0.1966	0.524>0.1966	Valid
23	0.1966	0.604>0.1966	Valid
24	0.1966	0.577>0.1966	Valid
25	0.1966	0.568>0.1966	Valid
26	0.1966	0.602>0.1966	Valid
27	0.1966	0.575>0.1966	Valid
28	0.1966	0.590>0.1966	Valid
29	0.1966	0.372>0.1966	Valid
30	0.1966	0.237>0.1966	Valid
31	0.1966	0.556>0.1966	Valid
32	0.1966	0.323>0.1966	Valid
33	0.1966	0.283>0.1966	Valid
34	0.1966	0.466>0.1966	Valid
35	0.1966	0.340>0.1966	Valid

Sumber: Data Primer Dioalah (2018)

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 35 butir pertanyaan mengenai citra destinasi semua pernyataan dikatakan berpengaruh positif maka 35 butir pernyataan bisa diikut sertakan untuk pengujian berikutnya.

Berikut Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r-Tabel	Perbandingan r-Tabel dan r-Hitung (N=100, $\alpha=0.05$)	Keterangan
1	0.1966	0.490>0.1966	Valid
2	0.1966	0.574>0.1966	Valid
3	0.1966	0.678>0.1966	Valid
4	0.1966	0.550>0.1966	Valid
5	0.1966	0.405>0.1966	Valid
6	0.1966	0.678>0.1966	Valid
7	0.1966	0.712>0.1966	Valid
8	0.1966	0.612>0.1966	Valid
9	0.1966	0.316>0.1966	Valid
10	0.1966	0.543>0.1966	Valid
11	0.1966	0.401>0.1966	Valid
12	0.1966	0.712>0.1966	Valid
13	0.1966	0.560>0.1966	Valid
14	0.1966	0.574>0.1966	Valid
15	0.1966	0.451>0.1966	Valid
16	0.1966	0.512>0.1966	Valid
17	0.1966	0.612>0.1966	Valid
18	0.1966	0.441>0.1966	Valid
19	0.1966	0.670>0.1966	Valid
20	0.1966	0.430>0.1966	Valid
21	0.1966	0.553>0.1966	Valid
22	0.1966	0.524>0.1966	Valid
23	0.1966	0.731>0.1966	Valid

Sumber: Data Primer Dioalah (2018)

Berdasarkan Tabeldiatas, dapat dilihat bahwa dari 23 butir pertanyaan mengenai kualitas pelayanan semua pernyataan dikatakan positif sehingga 23 butir pernyataan bisa diikut sertakan pengujian berikutnya.

Hasil Uji Validitas Minat Kunjungan Kembali

Pernyataan	r-Tabel	Perbandingan r-Tabel dan r-Hitung (N=100, $\alpha=0.05$)	Keterangan
1	0.1966	0.784>0.1966	Valid
2	0.1966	0.777>0.1966	Valid
3	0.1966	0.807>0.1966	Valid
4	0.1966	0.793>0.1966	Valid
5	0.1966	0.797>0.1966	Valid
6	0.1966	0.801>0.1966	Valid

Sumber: Data Primer Dioalah (2018)

Dilihat dari tabeldiatas, dapat dikatakan jika dari 6 butir perhitungan mengenai minat kunjungan kembalisesemua pernyataan dikatakan positif sehingga 6 butir pernyataan bisa diikut sertakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Reliabilitas

Berikut Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Citra Destinasi	35	0.743>0.60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	23	0.715>0.60	Reliabel
3	Minat Kunjungan Kembali	6	0.798>0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer Dioalah (2018)

Berdasarkan tabel rangkuman hasil uji reliabilitas diatas, nilai *cronbach alpha* untuk citra destinasi adalah $0.743 > 0.60$, kualitas pelayanan adalah $0.715 > 0.60$ dan minat kunjungan kembali adalah $0.798 > 0.60$ ketiga variabel penelitian tersebut memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60 sehingga instrument kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Deskriptif Variabel Penelitian

Penilaian Responden Atas Variabel Citra Destinasi

Pernyataan	SS 5	S 4	C 3	TS 2	STS 1	TOTAL L	INDIKATOR
CD_1	23	54	22	1	0	100	Tingkat Keunikan
	23.0%	54.0%	22.0%	1.0%	0.0%	100%	
CD_2	21	52	22	4	1	100	Tingkat Keunikan
	21.0%	52.0%	22.0%	4.0%	1.0%	100%	
CD_3	23	48	27	2	0	100	Nilai Tambah Objek Wisata
	23.0%	48.0%	27	2	0	100%	
CD_4	13	53	32	2	0	100	Nilai Tambah Objek Wisata
	13.0%	53.0%	32.0%	2.0%	0.0%	100%	
CD_5	19	51	29	1	0	100	Ketersediaan Lahan
	19.0%	51.0%	29.0%	1.0%	0.0%	100%	
CD_6	23	38	23	15	1	100	Kondisi Objek Wisata
	23.0%	38.0%	23.0%	15.0%	1.0%	100%	
CD_7	22	42	29	6	1	100	
	22.0%	42.0%	29.0%	6.0%	1.0%	100%	
CD_8	30	42	25	3	0	100	
	30.0%	42.0%	25.0%	3.0%	0.0%	100%	
CD_9	15	32	29	23	1	100	
	15.0%	32.0%	29.0%	23.0%	1.0%	100%	
CD_10	15	38	27	18	2	100	
	15.0%	38.0%	27.0%	18.0%	2.0%	100%	

Penilaian Responden Atas Variabel Citra Destinasi (Lanjutan 1)

Pernyataan	SS 5	S 4	C 3	TS 2	STS 1	TOTAL	INDIKATOR
CD_11	30 30.0%	49 49.0%	20 20.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100%	Kondisi Objek Wisata
CD_12	24 24.0%	53 53.0%	21 21.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_13	26 26.0%	52 52.0%	21 21.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_14	28 28.0%	51 51.0%	17 17.0%	3 3.0%	1 1.0%	100 100%	
CD_15	22 22.0%	38 38.0%	32 32.0%	7 7.0%	1 1.0%	100 100%	
CD_16	55 55.0%	36 36.0%	8 8.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_17	18 18.0%	49 49.0%	27 27.0%	4 4.0%	2 2.0%	100 100%	
CD_18	22 22.0%	44 44.0%	26 26.0%	4 4.0%	4 4.0%	100 100%	
CD_19	25 25.0%	56 56.0%	13 13.0%	4 4.0%	2 2.0%	100 100%	Jarak Dari Jalan Raya
CD_20	19 19.0%	47 47.0%	31 31.0%	1 1.0%	2 2.0%	100 100%	
CD_21	28 28.0%	45 45.0%	24 24.0%	2 2.0%	1 1.0%	100 100%	Kondisi Jalan
CD_22	29 29.0%	53 53.0%	16 16.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_23	20 20.0%	53 53.0%	24 24.0%	3 3.0%	0 0.0%	100 100%	Kendaraan Menuju Objek Wisata
CD_24	26 26.0%	44 44.0%	28 28.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	Fasilitas Utama
CD_25	22 22.0%	49 49.0%	25 25.0%	4 4.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_26	16 16.0%	55 55.0%	25 25.0%	3 3.0%	1 1.0%	100 100%	

Penilaian Responden Atas Variabel Citra Destinasi (Lanjutan 2)

Pernyataan	SS 5	S 4	C 3	TS 2	STS 1	TOTAL 100	INDIKATOR
CD_27	21 21.0%	52 52.0%	25 25.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	Fasilitas Utama
CD_28	25 25.0%	52 52.0%	20 20.0%	3 3.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_29	25 25.0%	53 53.0%	21 21.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_30	34 34.0%	50 50.0%	15 15.0%	1 1.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_31	25 25.0%	61 61.0%	12 12.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_32	39 39.0%	51 51.0%	10 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	100 100%	Fasilitas Pendukung
CD_33	24 24.0%	60 60.0%	12 12.0%	4 4.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_34	33 33.0%	46 46.0%	19 19.0%	2 2.0%	0 0.0%	100 100%	
CD_35	35 35.0%	50 50.0%	15 15.0%	0 0.0%	0 0.0%	100 100%	

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA
Berikut Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Nilai Koefisien	t-hitung	sig.
(Constant)	20.728	3.227	0.003
Citra Destinasi	.378	4.307	0.001
Kualitas Pelayanan	.453	3.252	0.000
R-Square = .924			
F-hitung = 23.054			

Berdasarkan hasil pengujian yang pada tabel dapat diketahui jika besarnya koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,924 yang artinya variabilitas minat kunjungan kembali wisatawan yang dapat dijelaskan oleh variabel citra destinasi dan kualitas pelayanan, sebesar 0,924 atau 92.4 % sedangkan sisanya sebesar 7.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas maka dapat ditulis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$$

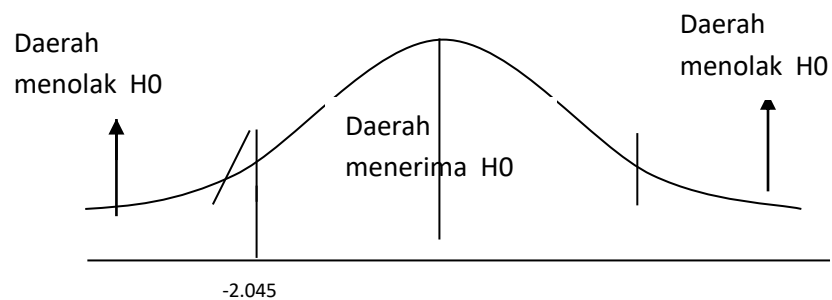
$$Y = 20.728 + 0.378X_1 + 0.453X_2 + e_i$$

Dimana:

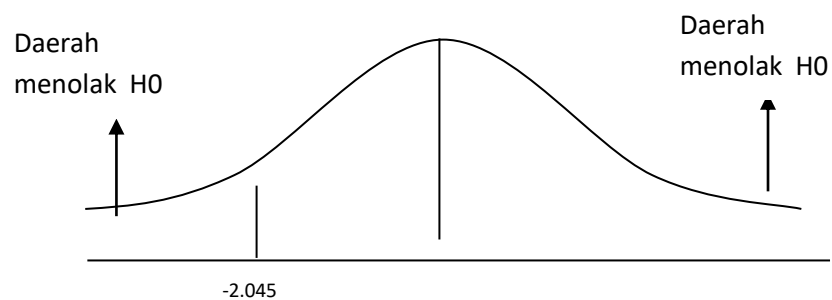
- Y = Variabel minat kunjungan kembali
 X_1 = Variabel citra destinasi
 X_2 = Variabel kualitas pelayanan
a = konstanta
 b_1, b_2 = koefisien regresi

Uji t

Hasil Uji t pada citra destinasi



Hasil Uji t pada kualitas pelayanan



Uji F

Berikut Analisis Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.611	2	29.306	23.054	.008 ^a
	Residual	164.358	29	5.668		
	Total	164.969	31			

a. Predictors: (Constant), CITRA_DESTINASI, KUALITAS_PELAYANAN

b. Dependent Variable:
MINAT_KUNJUNGAN_ULANG

Dari hasil regresi diatas diperoleh F-hitung sebesar (23.054), sedangkan pada signifikansi 5% dan $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 = n-k = 32-3=29$ diperoleh F-tabel sebesar (3.33). Hal ini dapat disimpulkan bahwa F-hitung

(23.054) > F-Tabel (3.33), berarti bahwa citra destinasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), secara bersama-sama mempengaruhi minat kunjungan kembali wisatawan (Y).

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Dilihat dari hasil penyebaran angket yang disebar kita tarik kesimpulan jika pendapat masyarakat mengenai citra destinasi Wisata dan Kualitas Pelayanan Air Panas Padusan Pacet sebagian besar responden menyatakan setuju jika Wisata Air Panas Padusan Pacet memiliki citra dan pelayanan yang baik yang dapat menarik pengunjung untuk kembali berwisata di Air Panas Padusan Pacet.
2. Hasil penelitian citra destinasi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan dapat diartikan bahwa nilai koefisien regresi koefisien regresi citra destinasi (X_1) adalah sebesar 0.378 positif yang mengindikasikan jika citra destinasi naik sebesar satu satuan maka minat kunjungan kembali wisatawan akan naik sebesar koefisien 37.8 % yang artinya jika citra destinasi semakin tinggi atau baik maka minat kunjungan kembali wisatawan juga akan semakin naik dan koefisien regresi untuk kualitas pelayanan (X_2) adalah sebesar 0.453 positif yang mengindikasikan jika kualitas pelayanan Naik sebesar satu satuan maka minat kunjungan kembali wisatawan akan naik sebesar koefisien 45.3% yang artinya jika kualitas pelayanan semakin tinggi maka minat kunjungan kembali wisatawan akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas maka didapat saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola wisata

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan citra destinasi dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali wisatawan maka disarankan bagi pengelola wisata agar meningkatkan berbagai fasilitas baik fasilitas umum, fasilitas pendukung dan akses jalan menuju tempat wisata agar di perbanyak dan dipermuda karena berdasarkan hasil penelitian ini citra destinasi yang meliputi fasilitas umu, fasilitas pendukung dan keunikan objek wisata dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali wisatawan.

2. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau dasaran penelitian selanjutnya khususnya mengenai variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Aaker David. 2013. "Manajemen Pemasaran Strategi", Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Basiya. R Dan Rozak. H. A. 2012. *Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*. Universitas Stikubank. Semarang.
- Chen, Ching-Fu and Dung-Chun Tsai. 2007. *How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? Tourism Management*, 28, 1115-1122.
- Darmawan. Deni.(2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jørgensen, Louise Gylling. 2004. "An Analysis of a Destination's Image and the Language of Tourism" *UNIQUELY SINGAPORE*, 9 (September), p.13.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati. (2003). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. P. dan G. Amstrong. 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- Lopes, Sérgio Dominique Ferreira. (2011) "Destination image: origins, developments and implications". Polytechnic Institute of Cávado and Ave Portugal.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marthis, Robert L. dan Jackson, John H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Salemba Empat
- Nuraeni, S.B. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*, 2013.
- Pitana, I G., dan I K. S. Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data dan Penelitian Dengan Spss Da Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Schiffman, Leon G. And Leslie L. Kanuk. 2007. *Consumer Behavior.Fifth Edition, Prentice-Hall Inc*. New Jersey.
- Seaton, A.V., dan M.M. Bennett. *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*. UK: Thomson.
- Sugiono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung. ALFABETA
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

-
- Supramono dan Harianto. 2015. *Design Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. 1995. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. Vol. 49 (fall).
- Peter, J.P., dan J.C. Olson. 2008. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* edisi keempat. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi Tiga)*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka.

*) Akhmad Farikhin adalah Ummid Fakultas Ekonomi Unisma

**) Muhammad Mansyur Adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma

***) Achmad Agus Priyono Adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma

