



SEMEABB 2018

Prosiding online: <http://semeabb.ijbe-research.com>



FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB NIAT MENGUNJUNGI KEMBALI WISATA AIR TERJUN DI KABUPATEN BOGOR

Andy Mulyana¹, Devi Ayuni²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

¹*mulyana@ecampus.ut.ac.id*

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : 17-08-2018
Terbit : 25-10-2018

Kata Kunci:

Citra Destinasi
Kualitas Jasa
Kepuasan
Niat Berkunjung Kembali

DOI:

10.5281/zenodo.1479279

ABSTRAK

Peningkatan destinasi tujuan wisata di kawasan Bogor telah menyebabkan industri pariwisata menjadi sangat kompetitif. Situasi ini menyebabkan destinasi wisata air terjun di Kabupaten Bogor untuk memfokuskan diri pada pengembangan citra destinasi yang kuat dan pembentukan kualitas jasa yang baik. Kedua faktor ini diharapkan akan memberikan kepuasan pengunjung dan menarik niat berkunjung kembali wisatawan. Populasi penelitian ini adalah pengunjung wisata air terjun di Kabupaten Bogor dengan sampel berasal dari kawasan Curug Bidadari, Curug Nangka dan Curug Cigamea. *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square* digunakan untuk menguji model hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Temuan penelitian menunjukkan pengaruh citra destinasi terhadap kualitas jasa wisata. Selanjutnya, kualitas jasa wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung tetapi tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, kepuasan pengunjung dapat dibangun melalui citra destinasi dan kualitas jasa wisata yang baik yang akhirnya akan menciptakan niat berkunjung kembali wisatawan.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.