

DAFTAR PUSTAKA

- Ab, A. (2018). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali Di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014*. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora.
- Akbar, A. (2012). *Jurnal Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Jurnal Management Pemasaran 3, 16–19.
- Arief. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aji, I. N., Wibowo, B. A., & Asriyanto, A. (2013). *Analisis Faktor Produksi Hasil Tangkapan Alat Tangkap Cantrang Di Pangkalan Pendaratan Ikan Bulu Kabupaten Tuban*. Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology, 2(4), 50-58. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jfrumt/article/view/4004>
- Baharta, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan Pesona Alam Puncak*. Open Journal Systems 4(2).
- Baker, D.A. & Crompton, J.L. (2000). *Quality, Satisfaction And Behavioral Intentions*. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)
- Bigné, J., Sánchez, M., & Sánchez, J. (2001). *Tourism Image, Evaluation Variables And After Purchase Behaviour: Inter Relationship*. Tourism Management 22(6):607–616.
- Catur, R. (2005). *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Jakarta: Kanisius.60
- Tosun. C, Dedeoglu, B.B & Fyall, A. (2015). *Destination Service Quality, Affective Image And Revisit Intention: Thev Moderating Role Of Past Experience*. Journal Of Destination Marketing And Management 4, 222–234. Doi: [Http://Doi.Org/10.1016/J.Jdmm.2015.08.002](http://Doi.Org/10.1016/J.Jdmm.2015.08.002).
- Cooper & Schindler. (2014). *Bussiners Research Method*. New York: Mcgrawhil.

- Croy, G. (2014). *Tourism, Image And The Media, Teaching The Relationship. International Tourism And Media Conference 24–38*. URL: <http://www.buseco.monash.edu.au/units/tru/staff/croy>.
- Ekinci Y, Hosany S. (2006). *Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations. Journal of Travel Research*. 2006;45(2):127-139. doi:10.1177/0047287506291603
- Engel, Blackwell, & Miniard. (1996). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi*. Journal Of Research Methods Universitas Diponegoro.
- Gordon, F & Taylor, S. (2012). *The Role Of Commitment In Service Relationship*. Ontario: School Of Business Acadia University Published.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Qu, H., Kim, L.H., & Im, H.H. (2011). *A Model Of Destination Branding: Integrating The Concepts Of The Branding And Destination Image*. *Tourism Management* 32(3):465–76. Doi: 10.1016/J.Tourman.2010.03.014.
- Basu, H. (2004). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hasan. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Center For Academic Publising Servive.
- Lai, I.K.W & Hitchcock, M. (2016). *Importance–Performance Analysis In Tourism: A Framework For Researchers*. *Tourism* <https://doi.org/10.1002/ev.171>.Tourman.2014.11.008.
- Abubakar, M & Ilkan, M. (2016). *Impact Of Online Wom On Destination Trust And Intention To Travel: A Medical Tourism Perspective*. *Journal Of Destination Marketing And Management*. Doi: <Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Jdmm.2015.12.005>.
- Irfan, A. (2020). *The Effect Of Destination Image, Service Quality, And Marketing Mix On Tourist Satisfaction And Revisiting Decisions At Tourism Objects*. *International Journal Of Multiculturaland Multireligious Understanding* Volume 7 No 2:727–40.

- Canny, I.U. (2012). *The Influence Of Service Quality And Tourist Satisfaction On Future Behavioral Intentions: The Case Study Of Borobudur Temple As A Unesco World Culture Heritage Destination*. The 3rd International Conference On Business, 62 Economics And Tourism Management. Doi: 10.13140/Rg.2.1.1321.3043.
- Jalilvand, Reza. M, Samiei. N, Dini. B, & Manzari. P.Y. (2012). *Examining The Structural Relationships Of Electronic Word Of Mouth, Destination Image, Tourist Attitude Toward Destination And Travel Intention: An Integrated Approach*. Journal Of Destination Marketing And Management. Doi: 10.1016/J.Jdmm.2012.10.001.
- J. Hair, W. Black, Barry J. Babin, & R. Anderson. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
- Kereh, F. Tumbel, A.L , Loindong, S.S.R.. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi*. Jurnal Emba Vol.6 No.2(968–977)
- Kim Et Al. (2011). *The Effect Of Perceived Trust On Electronic Commerce: Shopping Online For Tourism Products And Services In South Korea*. Tourism Management 32(2):256-265.
- Kotler, P (2000). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Pt. Prenhallindo.
- Kotler, P, & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I*, Edisi Kedua Belas. Pt. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P, & Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management. Fourth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. 14th edition Pearson International Edition. Prentice Hall: New 63 Jersey.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, K.L. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition, Pearson Education
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009). *The Relationships Among Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, And Post-Purchase Intention In Mobile Value-Added Services*. Computers In Human Behavior 25(4), 887–96.
- Kusyanda, M.R., Ponga, M.A., & Suryawardani. I.G.A.O (2020). *Atribut Destinasi Pariwisata Dan Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Niat Wisatawan Berkunjung Kembali Di Pantai Melasti Kab. Badung*. 6(2):Universitas Udayana. Doi: <https://doi.org/10.24843/Jumpa.2020.V06.I02.P09>.

- Lee, T. & Liu.C.H.S. (2016). *Service Quality And Price Perception Of Service: Influence On Word-Of-Mouth And Revisit Intention. Journal Of Air Transport Management*. Doi: [Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Jairtraman.2015.12.007](http://dx.doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007).
- Lengkong, F., Sepang, J., & Tulung, J. (2017). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Matahari Dept. Store Mtc Manado)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen universitas Sam Ratulangi Manado.
- Lopiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 64 Edisi Ketiga. Salemba: Jakarta.
- Mulyana, A., & Ayuni, D. (2016). *Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor*. Jurnal Manajemen Indonesia Vol.16 No2.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Maskuri, S. (2017). *Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Taming*.
- Mokalu, Massie & Mandagie. (2019). *Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen.
- Monroe. (2005). *Evaluators As Educators: Articulating Program Theory And Building Evaluation Capacity*. 2005(108):57–71. Doi: [Https://Doi.Org/10.1002/Ev.171](https://doi.org/10.1002/ev.171).
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2010). *Consumer Behavior*. Journal Of Consumer Behavior Prentice Hall.
- Nabila & Isroah. (2019). *Pengaruh Kewajiban Moral Dan Lingkungan Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha*. 8(1):Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manaj.
- Notoatmojo. (2011). *Kesehatan Masyarakat Ilmu Dan Seni*. Jakarta: Rineka Cipta.65
- Nurhayati & Wahyu. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone*. Value Added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah.
- Oetomo, R.A., & Nugraheni, R. (2012). *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi*

- Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). Universitas Diponegoro.
- Putra, I.G.N., Sudiarta, I.N., & Mananda, I.G.S., (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke Wisata Alas Pala Sangeh*. Jurnal Ipta 4(2). <https://doi.org/10.24843/Ipta.2016.V04.I02.P01>.
- Pitana & Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prabowo. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada PT Diva Karoke*. Jp Feb Unsoed. 4(1): 216-227.
- Munhurrun, R., Seebaluck, & Naidoo. (2015). *Examining The Structural Relationships Of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction And Loyalty: Case Of Mauritius*.
- Prayogo, R.R, Darwati, M Quratul, A.M. (2016). *The Mediating Role Of Perceived Value On The Relationship Between Service Quality, Destination Image, And Revisit Intention: Evidence From Umbul Pongkok, Klaten Indonesia*. 66 1st International Conference On Social And Political Development (Icosop 2016). Doi: <http://dx.doi.org/10.2991/Icosop-16.2017.57>.
- Suharsono, R.S. & Sari, R.P. (2019). *Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab*. Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis 1(2).
- Riyani, N.K.I, Kusuma I.G.A.N.E.T & Rihayana, I.G. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di Villa Rendezvous Bali*.
- Sunjoyo, Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi Spss Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L.G., & L. L. Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, L.G., & L. L. Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. Jersey: Perason Prestice Hall.
- Setiadi. (2013). *Konsep Dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan (Ed.2)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shonk & Chelladurai. (2008). *Service Quality, Satisfaction, And Intent To Return In Event Sport Tourism*. *Journal Of Sport Management* 22(5):587-602.
- Singgih Santoso. (2012). *Panduan Lengkap Spss Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Skinner, B. F. (1938). *The Behavior Of Organisms: An Experimental Analysis*. Appleton-Century. Appleton-Century.67
- Sudjana, Nana. (2010). *Dasar-Dasar Proses Belajar*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, N. (2013). *The Effect Of Educational, Health, Infrastructure Expenses On The Workforce Employment And Poverty*. Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi 20(3).
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Penerbit : Andi Offs.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.68
- Whang, Haesung, Yong. S, & Ko, E. (2016). *Pop Culture, Destination Images, And Visit Intentions: Theory And Research On Travel Motivations Of Chinese And Russian Tourists*. Journal Of Business Research 69(2):631–641.
- Weiqaiyan. (2005). *A Cross National Study Of Repurchase Intentions Of Fast-Food Meals*. Journal Of International Food And Agribusiness Marketing 17(1):95–106.
- Wulan & Haryono. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening*. Journal Of Management.
- Wulanjani & Derriawan. (2017). *Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)
- Yamit, Z. (2004). *Pengaruh Kinerja Pelayanan Apartur Kepolisian Terhadap Kepuasan Masyarakat*. Jurnal Sinergi Vol 7 No. 1

Website

<https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-citra-merek-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-citra-merek/>.

[https://pakarkomunikasi.com/teori-sor#:~:text=Teori S-O-R \(Stimulus Organism Respon,Di](https://pakarkomunikasi.com/teori-sor#:~:text=Teori S-O-R (Stimulus Organism Respon,Di)

[Kemukakan Oleh Houland%2c Et.&text=Asumsi Dasar Teori S-O-R Adalah,%3a Prinsip-Prinsip Komunikasi](#)).

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210106150411-532-590232/sri-mulyani-proyeksi-ekonomi-kuartal-iv-2020-minus-29-persen>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

- No Pertanyaan
- X1 *Service Quality*
- X1.1 Hotel yang berada di Kota Bandung terkesan modern bagi para turis
- X1.2 Wisatawan merasa nyaman dengan layanan dan fasilitas yang disediakan hotel
- X1.3 Para karyawan hotel selalu bersedia membantu jika para turis membutuhkan sesuatu
- X1.4 Para karyawan hotel selalu memberikan senyuman hangat dan pelayanan yang baik untuk para turis
- X2 *Destination Image*
- X2.1 Infrastruktur dan transportasi menunjang aktivitas para wisatawan
- X2.2 Biaya yang dikeluarkan di Kota Bandung relatif terjangkau
- X2.3 Kota Bandung memiliki beranekaragam tujuan wisata seperti kuliner, busana, dan alam yang menarik
- X2.4 Kota Bandung memiliki alam dengan pemandangan yang mempesona
- Y *Revisit Intention*
- Y1 Saya ingin kembali mengunjungi Kota Bandung dalam waktu dekat
- Y2 Mungkin saya akan kembali ke Kota Bandung dalam waktu dekat
- Y3 Saya pasti akan berkunjung kembali ke Kota Bandung dalam waktu dekat
- Y4 Sesegera mungkin saya akan kembali ke Kota Bandung

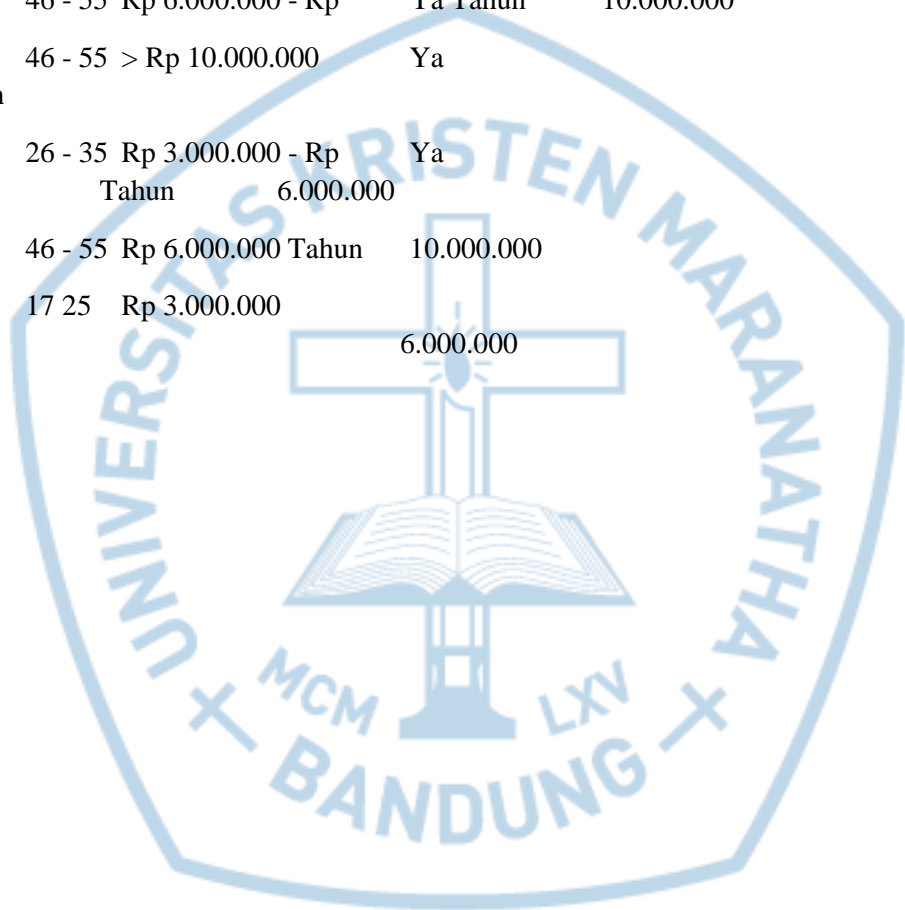
LAMPIRAN II HASIL KUESIONER PENELITIAN

Responden	Usia	Pengeluaran / bulan	Pernah ke Kota Bandung / tdk
1	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya
2	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya
3	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya
4	17 - 25 Tahun	> Rp 10.000.000	Ya
5	17 - 25 Tahun	Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	Ya
6	17 - 25 Tahun	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Ya
7	17 - 25 Tahun	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Ya
8	17 - 25 Tahun	Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	Ya
9	17 - 25 Tahun	Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	Ya
10	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya
11	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya
12	26 - 35 Tahun	Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	Ya
13	17 - 25 Tahun	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	Ya

	-		Ya	
				Ya
14	17 25	Rp 1.000.000 - Rp Tahun		3.000.000
15	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp Tahun		3.000.000
16	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
17	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
18	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
19	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
20	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
21	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
22	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
23	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
24	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
25	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
26	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
27	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
28	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
29	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
30	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp Tahun	Ya	6.000.000
31	17 - 25	Rp 1.000.000 Tahun		3.000.000
32	17 25	Rp 1.000.000		3.000.000
33				
34	26 35	Rp 6.000.000 Tahun		10.000.000
35	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
36	36 - 45	> Rp 10.000.000	Ya	
			- Rp	Ya
	-		- Rp	Ya
	Tahun			

	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
	-		- Rp	Ya
Tahun				
37	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
38	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
39	26 - 35	> Rp 10.000.000	Ya	
Tahun				
40	46 - 55	> Rp 10.000.000	Ya	
Tahun				
41	36 - 45	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
42	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
43	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
44	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
45	36 - 45	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
46	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
47	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
48	36 - 45	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
49	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
50	17 - 25	Rp 1.000.000		3.000.000
51	46 - 55	Rp 6.000.000 - 10.000.000		
52	46 - 55	> Rp 10.000.000	Tahun	
53	17 - 25	Rp 1.000.000 -		
	Tahun	3.000.000		
54	36 - 45	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
55	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
56	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
57	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
58	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
59	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
60	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
			- Rp	Ya
	-		- Rp	Ya
Tahun				

	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
	-		- Rp	Ya
61	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
62	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
63	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
64	46 - 55	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
65	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
66	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
67	46 - 55	> Rp 10.000.000	Ya	
68	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp Tahun 6.000.000	Ya	
69	46 - 55	Rp 6.000.000 Tahun	10.000.000	
70	17 25	Rp 3.000.000	6.000.000	



- Rp Ya

-
Tahun - Rp Ya

	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
71	-		- Rp	Ya
72	17 25	Rp 1.000.000 Tahun		3.000.000
73	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
74	17 - 25	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
75	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
76	36 - 45	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
77	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
78	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
79	46 - 55	> Rp 10.000.000	Ya	
	Tahun			
80	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
81	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
82	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
83	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
84	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
85	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
86	> 55	Tahun > Rp 10.000.000	Ya	
87	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
88	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
89	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya	
	Tahun	10.000.000		
90	46 55	> Rp 10.000.000		
	Tahun			
91	17 - 25	Rp 1.000.000 - Tahun		3.000.000
92	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
93	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
94	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
95	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000

	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
	-	- Rp	Ya	
96	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
97	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
98	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
99	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
100	46 - 55	> Rp 10.000.000	Ya	
Tahun				
101	46 - 55	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
102	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
103	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000
104	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
105	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
106	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
107	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
108	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya	
	Tahun	3.000.000		
109				
110	17 25	Rp 1.000.000		
	Tahun	3.000.000		
111	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
112	26 - 35	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
113	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
114	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
115	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
116	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
117	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
118	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
119	17 - 25	Rp 3.000.000 - Rp	Ya Tahun	6.000.000
120	17 - 25	Rp 1.000.000 - Rp	Ya Tahun	3.000.000
121	26 - 35	Rp 6.000.000 - Rp	Ya Tahun	10.000.000

17 - 25 Rp 1.000.000 - Rp Ya Tahun 3.000.000
- - Rp Ya



Respond X1. X1. X1. X1. X2. X2. X2. X2. Y Y Y Y en 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 3
 3 4 4 3 4 5 4 3 3 5 4

2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5
	5	5								
3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5
	5	5								
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5								
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5								
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	4								
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	4								
8	4	4	4	4	4	2	2	5	1	4
	3	3								
9	4	5	3	4	2	2	5	5	2	2
	2	2								
10	3	3	5	5	4	3	5	5	2	2
	1	2								
11	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3
	3	3								
12	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4
	4	4								
13	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3
	5	3								
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5								

4 4 4 4 5
4

15	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
	5	5								
16	4	4	4	3	2	3	5	5	5	5
	4	4								
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5								
18	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
	5	5								
19	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
	5	5								
20	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
	5	5								
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
	4	4	4	4	3	5	5	5	5	
23	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3
	3									
24	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
	5	5								
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5								
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	4								
27	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
	4	4								
28	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
	4	4								
29	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
	3	3								

4
4 4 4

4 4 4 4 5
4

30 5 4 4 4 3 4 4 4 3 4
3 3

31 4 4 3 3 3 4 4 4 3 3
3 4

32 3 3 4 4 3 4 4 4 3 3
3 3

33 5 5 5 5 5 4 5 5 5 5
5 5

34 4 4 5 4 5 4 5 5 4 4
4 5

35 4 4 3 3 3 4 4 4 4 3
3 4

36 4 4 4 4 5 5 4 4 3 4
4 5

37 4 4 5 5 4 5 4 5 5
5 5

38 4 4 4 4 5 5 5 4 3
3 3

39 5 4 4 5 4 4 5 4 4
4 5

40 5 5 5 5 5 5 4 4 4
5 5

41 5 4 5 4 4 4 4 4 4
5 5

42 2 4 4 5 5 5 5 5 4 4
4 5

43 3 4 4 4 4 5 5 5 4 3
4 4

4

4 4

4

4 4 4 4 5
4

44	3 4	3 3	4	4	3	4	4	4	4	3
45	5 5	4 5	4	5	5	5	5	5	5	4
46	5 4	5 5	4	5	5	4	5	5	3	3
47	3 4	3 3	3	3	4	4	4	4	4	3
48	4 5	4 5	5	5	4	5	5	5	4	4
49	5 5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
50	4 5	4 4	3 4	4 4	4 4	4 5	3	3	3 51	5
52	5 5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
53	4 4	3 3	3	3	3	4	4	4	4	3
54	5 5	5 5	4	4	4	4	5	5	4	4
55	5 4	4 4	4	4	4	4	5	5	3	3
56	4 3	4 3	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5 5	5 5	4	4	4	4	4	5	5	5
58	4 3	4 3	4	4	3	4	4	4	4	3

4
4 4 4

4 4 4 4 5
4

59	5 4	4 5	4	4	4	5	5	5	4	4
60	4 3	4 3	3	3	3	4	4	4	4	3
61	3 3	3 3	3	3	4	4	4	4	4	3
62	3 3	3 3	4	4	3	4	4	4	4	3
63	4 3	4 3	4	4	4	4	4	4	4	3
64	4 5	5 5	5	4	4	4	4	5	4	4
65	4 3	3 3	4	4	4	4	3	4	4	3
66	5 5	4 5	4	4	4	5	5	5	5	5
67	5 5	5 5	4	5	4	4	4	4	4	5
68	4 3	4 3	4	4	3	4	4	4	4	3
69	5 4	4 5	4	4	4	5	4	5	4	4
70	5 4	4 5	5	5	4	5	5	4	5	4
71	3 3	4 3	3	3	3	4	4	4	4	3
72	4 4	4 4	4	4	4	4	4	4	4	4

4
4 4 4

4 4 4 4 5
4

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	4	4									
74	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	
	5	5									
75	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
	3	4									
76	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
	5	5									
77	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	
	3	4									
78	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	
	5										
79	5	5	5	4	5	5	4	4	5	80	5
	4	5	4	4	4	4					
81	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	
	5										
82	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
	3	4									
83	3	4	3	3	4	3	5	5	4	4	
	3	3									
84	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	
	4	5									
85	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
	3	3									
86	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	
	4	2									
87	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
	4	3									

4
4 4 4

4 4 4 4 5
4

88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	3	3								
89	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
	4	2								
90	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5
	2	2								
91	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4
	4	4								
92	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
	3	3								
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	3	3								
94	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3
	4	4								
95	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3
	4	4								
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	3	3								
97	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3
	3	3								
98	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
	3	3								
99	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
	3	3								
100	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
	4	4								
101	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
	5	5								

4
4 4 4

4 4 4 4 5
4

102 4 3 3 4 3 4 4 4 4 4
3 3

103 5 4 5 5 4 4 5 4 5 4
5 5

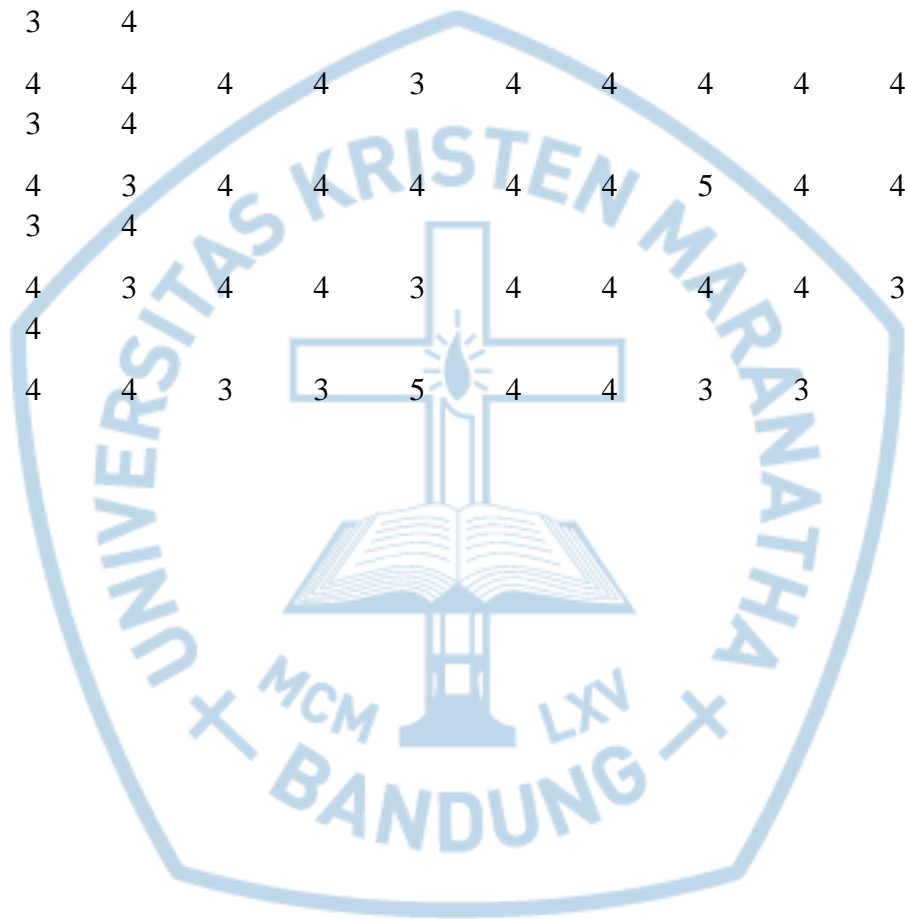
104 3 4 3 4 3 4 4 5 4 4
3 4

105 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4
3 4

106 4 3 4 4 4 4 4 5 4 4
3 4

107 4 3 4 4 3 4 4 4 4 3
4

108 4 4 3 3 5 4 4 3 3



4 4 4

109	3 3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
110	4 3	4 3	4	4	3	3	4	5	4	4
111	4 3	4 3	4	4	3	3	3	4	4	4
112	4 3	4 3	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4 3	3 3	3	4	3	4	4	5	4	4
114	4 3	3 3	3	4	3	3	4	5	4	4
115	3 3	3 3	4	4	3	4	4	4	4	4
116	4 3	4 3	4	4	3	4	4	4	4	4
117	4 5	4 4	5	5	5	5	4	4	4	5
118	4 3	3 3	3	4	3	3	4	4	4	4
119	5 4	5 5	4	4	4	4	5	4	4	4
120	4 3	3 3	4	4	3	4	4	5	4	4
121	4 4	4 5	4	5	4	4	5	5	4	4

LAMPIRAN HASIL DATA SPSS

Gambaran Profile Usia Responden

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 55 Tahun	1	.8	.8	.8
17 - 25 Tahun	72	59.5	59.5	60.3
26 - 35 Tahun	21	17.4	17.4	77.7
36 - 45 Tahun	6	5.0	5.0	82.6
46 - 55 Tahun	6	5.0	5.0	87.6
Valid	21	17.4	17.4	100.0
Total	121	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Gambaran Pengeluaran Responden

Pengeluaran per bulan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> Rp 10.000.000	10	8.3	8.3	8.3
Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	57	47.1	47.1	55.4
Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	25	20.7	20.7	76.0
Rp 6.000.000 - Rp 10.000.000	29	24.0	24.0	100.0
Valid	121	100.0	100.0	
Total	121	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji Validitas Awal

KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.835
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	660.855
	df	66
	Sig.	.000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji Validitas Awal (Factor Loading)

Rotated Component Matrix^a

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
SQ1	.615		
SQ2	.715		

SQ3	.820		
SQ4	.800		
D1	.622		
D2		.500	.800
D3			.794
D4			
R1		.820	
R2		.746	
R3		.774	
R4		.699	

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a a. Rotation converged in 5 iterations.

a. Rotation converged in 10 iterations.

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji Validitas akhir

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.823
Approx. Chi-Square		568.893
Bartlett's Test of Sphericity	df	55
	Sig.	.000

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji Validitas Akhir (Factor Loading)

Rotated Component Matrix^a

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
SQ1		.576	
SQ2		.676	
SQ3		.859	
SQ4		.824	
D3			.800
D4			.837
R1	.816		
R2	.780		
R3	.794		
R4	.718		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.^a

a. Rotation converged in 5 iterations.

Uji Reliabilitas

Variabel	Nomor Item	alpha cronbach	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Service Quality	SQ1	0.810	0.788
	SQ2		0.762
	SQ3		0.744
	SQ4		0.751
Destination Image	D3	0.614	.
	D4		.
Revisit Intention	R1	0.844	0.838
	R2		0.816
	R3		0.740
	R4		0.796

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N		121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53587118 .080
Most Extreme Differences	Absolute	
Positive		.080
Negative		-.067
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji H1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.747	.402		1.860	.065
1 SQ	.779	.097	.591	7.997	.000

a. Dependent Variable: RI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change		F Change		Sig. F Change
					F	df1	df2		
1	.591 ^a	.350	.344	.54252	.350	63.948	1	119	.000

a. Predictors: (Constant), SQ

b. Dependent Variable: R

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Uji H2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.990	.525		
1	D	.446	.120	.323	.000

a. Dependent Variable: RI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change		F Change		Sig. F Change
					Change	df1	df2		
1	.323 ^a	.104	.097	.63660	.104	13.867	1	119	.000

a. Predictors: (Constant), D

b. Dependent Variable: R

Sumber: Hasil pengolahan data dengan IBM SPSS 26

Daftar Riwayat Hidup Penulis

Data pribadi

Nama Lengkap : Alexander

Pekerjaan : Mahasiswa

Universitas / Jurusan : Universitas Kristen Maranatha / Manajemen

IPK Terakhir : 2,97

Status : Belum Kawin

Tempat. Tgl Lahir : Bandung, 3 Desember 1997

Jenis Kelamin : Laki – Laki

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Taman Holis Indah 1 Blok D-2 No.54

No. Hp : 087825397194

Email : alexapoc5522@gmail.com

Pendidikan Formal

1. SMK Pelita Bangsa, Lulus tahun 2016 (Berijazah)
2. SMP CSC HomeSchooling, Lulus tahun 2013 (Berijazah)
3. SDK BPK Penabur Taman Holis Indah, Lulus tahun 2010 (Berijazah)