

Pengaruh destination image terhadap future behavioral intention (studi pada Bandung sebagai destinasi wisata) = The effect of destination image on behavioral intention : study on Bandung as travel destination

Ida Ayu Ditha Ambarawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387866&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam situasi yang semakin kompetitif serta tantangan yang lebih besar dalam industri pariwisata, suatu destinasi memerlukan pemahaman yang baik mengenai destination image dan hubungannya dengan behavioral intention agar dapat bertahan dan sustainable di pasar yang semakin kompleks. Penelitian ini menguji dimensi dari destination image (cognitive, affective, dan unique image) terhadap behavioral intention. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 wisatawan domestik di Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan multiple regression.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua dimensi destination image (affective and unique image) merupakan dimensi yang berpengaruh pada behavioral intention wisatawan domestik di Bandung.

The competitive situation and greater challenges within the tourism industry entail a better understanding of a destination image toward future behavioral intention to make a sustainable position in the competitive market. This study examines the dimensions of destination image (cognitive, affective, and unique image) toward behavioral intention of domestic tourist to Bandung. This research uses a quantitative methodology using responses given by 100 domestic tourist. Analysis technique of the data used in this study is multiple regression.

The results showed that two dimensions of destination image (affective and unique image) are significant dimensions of domestic tourists's behavioral intention.