

Analisis pengaruh destination image terhadap word of mouth wisatawan nusantara di Kota Batu, Jawa Timur = Analysis of the effectiveness of destination image on domestic tourist word of mouth in Kota Batu, Jawa Timur

Neng Sindi Dewi Rosmiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491532&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pada sektor pariwisata, ilmu pemasaran memiliki peran penting. Hal tersebut terjadi karena konsumen pada industri pariwisata jarang melihat, merasa atau mencoba produk yang akan dibelinya. Kondisi yang sedemikian rupa menjadikan rekomendasi dari orang lain (word of mouth) khususnya keluarga dan teman menjadi penting bagi calon wisatawan untuk menentukan tujuan destinasi wisata. Word of mouth dalam industri pariwisata sangat efektif dan persuasif dibandingkan jenis pemasaran lainnya untuk menarik wisatawan. Word of mouth dipengaruhi dari citra yang melekat pada destinasi wisata. Apabila citra destinasi (destination image) baik maka akan mendorong terjadinya word of mouth. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan pengaruh destination image terhadap word of mouth pada wisatawan nusantara di Kota Batu, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, dengan menyebar kuesioner ke 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara destination image terhadap word of mouth. Penelitian ini menunjukkan bahwa destination image Kota Batu yang positif mendorong wisatawan untuk melakukan word of mouth.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

Marketing science has an important role in the tourism sector. This happens because consumers in the tourism industry rarely see, feel or try the product they are going to buy. Hence, recommendation from other people (word of mouth)--especially family and friends--is important in order for tourists to decide their destination. Word of mouth in the tourism industry is very effective and persuasive compared to other types of marketing to attract tourists. Word of mouth is effected by the destination image. When a tourist has a good destination image, word of mouth more likely to happen. The purpose of this research is to analysis of the effectiveness of destination image on domestic tourist word of mouth in Kota Batu, Jawa Timur. Quantitative approach with explanative research was implemented in conducting this research. A survey using questionnaire distributed to 100 respodents. Results of this research shows there are correlation between destination image on word of mouth. This research also show that positive destination image of Kota Batu encourages tourists to do word of mouth.</i>