

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *destination loyalty* pada Kabupaten Malang menurut wisatawan asal Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Target populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan asal Surabaya yang pernah mengunjungi dan menginap di Kabupaten Malang dua kali dalam satu tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan aras pengukuran interval, yaitu suatu pengukuran yang mempunyai jarak yang sama dan selisih yang jelas. Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah *Likert scale* dengan memberikan penilaian dari satu sampai lima. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi.

Dari hasil penelitian di dapatkan hasil bahwa *destination image* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *destination loyalty* pada Kabupaten Malang menurut wisatawan asal Surabaya Artinya apabila wisatawan memiliki persepsi *destination image* semakin positif maka akan menyebabkan *destination loyalty* dari wisatawan.

Kata kunci: *Destination Image, Destination Loyalty*

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the impact the destination image of Kabupaten Malang had on establishing destination loyalty by tourist from Surabaya. This study derived from primary data, which is obtained through distribution of questionnaires. Target of populations of the study consist of tourists who visited and stayed in Kabupaten Malang two times in the past year. This study uses measurement aras interval, which is a measurement that have the same distance and the difference obvious and use Linkert scale with with scored from one until five. The collected data were analyzed use regression analysis.

The study concluded that there was a positif impact between destination image and destination loyalty in Kabupaten Malang by tourist from Surabaya. It means, if the image of a destination is perceived as positive this will have an impact on destination loyalty.

Keywords: Destination Image, Destination Loyalty

