

JUDUL : PENGARUH *COGNITIF IMAGE*, *AFFECTIVE IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *TOURIST LOYALTY* WISATAWAN SURABAYA DI PULAU BALI.

Chrivani Ovilia Tunggal

Manajemen/Layanan dan Pariwisata

Siti Rahayu, S.E., M.M

Dr. Erna Andajani, S.T., M.M., CRM.

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Destination Image* dan *Perceived* terhadap *satisfaction* dan *tourist loyalty* pada objek wisata Bali. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah kausal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *cognitive image*, *affective image*, *perceived quality*, *perceived value*, *satisfaction* dan *tourist loyalty*. Teknis analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* dan AMOS versi 22.

Penelitian ini menggunakan sampel berupa responden yang pernah berkunjung ke Bali dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Destination Image*, *Perceived Quality* dan *Perceived Value* terhadap *satisfaction* dan *tourist loyalty*.

**Kata kunci:** Pariwisata, *Destination image*, *Tourist loyalty*

TITLE : PENGARUH *COGNITIF IMAGE, AFFECTIVE IMAGE, PERCEIVED QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE* TERHADAP *SATISFACTION DAN TOURIST LOYALTY* WISATAWAN SURABAYA DI PULAU BALI.

Chrivani Ovilia Tunggal

Manajemen/Layanan Jasa dan Pariwisata

Siti Rahayu, S.E., M.M

Dr. Erna Andajani, S.T., M.M., CRM.

### ABSTRACK

This study aims to determine and analyze the effects of Destination Image and Perceived on satisfaction and tourist loyalty on Bali's tourist attractions. Data processing is carried out using a quantitative approach and this type of research is causal. The variables used in this study are cognitive image, affective image, perceived quality, perceived value, satisfaction and tourist loyalty. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using the SPSS 16.0 for windows and AMOS version 22 program.

This study uses a sample in the form of respondents who have visited Bali with a total sample of 150 respondents. The results of this study indicate the influence of Destination Image, Perceived Quality and Perceived Value on satisfaction and tourist loyalty.

**Keywords:** *Tourism, Destination image, Tourist Loyalty.*