

# fariansah

*by Zakky Zamrudi*

---

**Submission date:** 01-Nov-2021 08:54AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1689965445

**File name:** Rev\_2-\_citra\_destinasi,\_CRM,\_kepuasan\_-\_Kepuasan\_1.docx (251.84K)

**Word count:** 6827

**Character count:** 44273

# Dampak Citra Destinasi, Faktor CRM dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Gunung Kelud pada Era New Normal

Djunaedi<sup>(1)</sup>

Email : [djunaedi@unik-kediri.ac.id](mailto:djunaedi@unik-kediri.ac.id)<sup>(1)</sup>

Fariansyah Hassan Basrie<sup>(2)</sup>

Email : [fariansyah.hassanb@gmail.com](mailto:fariansyah.hassanb@gmail.com)<sup>(2)</sup>

Angga Rizka Lidiawan<sup>(3)</sup>

Email : [anggarizkalidiawan@unik-kediri.ac.id](mailto:anggarizkalidiawan@unik-kediri.ac.id)<sup>(3)</sup>

Pamadya Vitasmoro<sup>(4)</sup>

Email: [pamadyavitasmoro@unik-kediri.ac.id](mailto:pamadyavitasmoro@unik-kediri.ac.id)

## Abstrak

Aktivitas industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang terhambat operasinya akibat pandemi. Semenjak berlakunya new normal di tengah pandemi COVID 19, beberapa tempat wisata telah aktif kembali, termasuk daerah wisata gunung Kelud yang terletak di Kabupaten Kediri. Permasalahannya, bagaimana sektor-sektor wisata di daerah gunung Kelud bisa mendapatkan kembali minat dan loyalitas wisatawan setelah aktif beroperasi kembali. Oleh karena itu, tujuan dari paper ini adalah untuk meneliti faktor citra destinasi, faktor Customer Relationship Management (CRM) yang dalam hal ini mengacu ke arah wisatawan, dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan daerah wisata Gunung Kelud, baik secara parsial maupun secara simultan. Hal ini dilakukan mengingat tempat wisata gunung Kelud hanya bisa diakses oleh kendaraan roda 2 dan tetap harus menerapkan protokol kesehatan yang lengkap. Penelitian ini menggunakan metode multiple linear regression. Pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan Teknik Slovin, dan didapatkan 320 responden (sebagai wisatawan kah?). Hasil pernyataan distribusi data didapatkan, sebesar 3,15 yang masuk ke dalam kategori skala yang diperlukan. Dari hasil pemodelan, didapatkan nilai regresi citra destinasi turun sebesar 0,57%, customer relationship management meningkat sebesar 12,1% dan kepuasan meningkatkan sebesar 30,9%. Secara parsial, citra destinasi bernilai 2,702 satuan, customer relationship management sebesar 1,982 satuan dan kepuasan wisatawan sebesar 6,903 satuan terhadap loyalitas wisatawan gunung Kelud. Sedangkan secara simultan bahwa Citra Destinasi, Customer Relationship Management dan Kepuasan Pelanggan bernilai 21,402 satuan. Penilaian determinasi mendapatkan nilai sebesar 74,2% yang menyebabkan peran simultan memiliki taraf ketidakpercayaan sebesar 0,00%.

**Kata Kunci :** *destinasi citra wisata, kepuasan wisatawan, loyalitas wisatawan*

## Pendahuluan

Era new normal menjadi peluang bagi industri pariwisata untuk buka kembali. Pembukaan ini bertujuan untuk menggerakkan roda perekonomian wisata yang telah berhenti hampir satu tahun akibat pandemi Covid 19. Sektor pariwisata dapat menjadi kontribusi dalam menghasilkan manfaat sosio-kultur-ekonomi. Pertumbuhan wisata dengan sebutan Mini Vacations. Mini vacations adalah perjalanan wisata tidak lebih dari 3 hari. Mini vacations mulai beroperasi kembali dengan layanan wisata sesuai dengan permintaan wisatawan. Interaksi saat berwisata tetap harus mematuhi aturan yang berlaku (Zhang et al., 2021). Aturan protokol kesehatan, pelunasan administrasi dan estimasi waktu menuju titik kumpul (Czernek-Marszałek, 2020). Beberapa kasus dominan terjadi adalah konfirmasi turis telat dan akhirnya tidak mendapat lokasi duduk. Penyebab ini merupakan kesalahan dari wisatawan. Peran mini vacations sangat besar, sehingga selain sebagai pengembang dan meramaikan wisata juga sebagai layanan yang memberikan fasilitas untuk menuju wisata yang baru (Lili Adi Wibowo & Yuniawati, 2007).

# fariansah

## ORIGINALITY REPORT

**23%**  
SIMILARITY INDEX

**22%**  
INTERNET SOURCES

**8%**  
PUBLICATIONS

**5%**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ojs.unik-kediri.ac.id">ojs.unik-kediri.ac.id</a> Internet Source	18%
2	<a href="http://journal.umg.ac.id">journal.umg.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	1%
4	Submitted to Griffith University Student Paper	1%
5	Submitted to University of Queensland Student Paper	1%
6	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://u3isjournal.isvouga.pt">u3isjournal.isvouga.pt</a> Internet Source	1%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 43 words

Exclude bibliography  On

# fariansah

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---

PAGE 15

---

PAGE 16

---

PAGE 17

---

PAGE 18

---

PAGE 19

---