**HALAMAN KELAYAKAN PUBLIKASI**

**Artikel Jurnal Tugas Akhir**

**SISTEM INFORMASI DATA KOMUNIKASI ILMIAH**

**PENULIS UNIVERSITAS SURABAYA**



**AGNES EVELYN HERYANTO**

**130216087**

Yang Mengesahkan,

**Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**TEMPLAT ARTIKEL JURNAL**

Templat ini merupakan modifikasi dari berbagai jurnal nasional dan internasional, sehingga membentuk ciri kas gaya selingkung CALYPTRA. File templat disusun menggunakan *MS Word 2007*. Untuk memudahkan penulisan naskah, file Templat CALYPTRA.doc bisa diunduh di http//ppi.ubaya.ac.id atau http//elib.ubaya.ac.id. Format naskah menggunakan kertas A4 dengan margin kiri 3,5 dan kanan 2,5 cm. Penggunaan templat CALYPTRA membantu publikasi artikel jurnal ilmiah mahasiswa Universitas Surabaya secara konsistensi. Tidak dianjurkan untuk mengubah bentuk huruf dan jarak spasi.

Judul artikel harus singkat, jelas dan akurat menggambarkan konten atau isi naskah artikel. Hindari penggunaan kata “Hubungan…”, “Perbedaan…”, “Analisis…”, “Pengaruh…” dan lain-lain. Sistematika naskah artikel CALYPTRA disusun dalam subjudul yang terdiri atas Pendahuluan, Metode Penelitian, Hasil dan Bahasan, Kesimpulan. Penulis artikel **perlu memperhatikan kemungkinan publikasi lain, sehingga terhindar dari duplikasi, potensi paten dan munculnya komplain karena menggunakan perangkat lunak ilegal dan melibatkan pihak lain dalam penelitian kerjasama**.

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika - Manajemen Layanan & Pariwisata**

**Peran Kualitas Layanan dan Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Destinasi Di Taman Safari Prigen, Jawa Timur**

Agnes Evelyn H\*, [Dr. Erna Andajani S.T., M.M., CRM.](http://profil.ubaya.ac.id/ernajani.html) ,Siti Rahayu, S.E., M.M.

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya, Raya Kalirungkut, Surabaya 60293

\*Corresponding author: [agnesivy52@gmail.com](mailto:agnesivy52@gmail.com)

***Abstract*** — *The purpose of this study is to understand the role of dimensions of service quality, destination image, and tourism destination loyalty in Taman Safari Prigen, East Java. This research used quantitative methods by distributing questionnaires to 300 respondents who have visited Taman Safari Prigen, East Java and have experience staying at the Baobab Safari Resort facility in the past 1 year. The results of this study are 2 dimensions of service quality which, assurance and responsiveness, not significantly positive to the destination image. While the 3 dimensions of service quality which, reliability, tangible facilities, and empathy are significantly positive to the destination's image. Destination image variable is significantly positive on destination loyalty. And, destination image variable becomes full mediation between dimensions of service quality and destination loyalty.*

*Keywords: Tourism, Service Quality, Destination Image, Destination Loyalty*

Abstrak— Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami peran kualitas layanan, citra destinasi, dan loyalitas destinasi wisata di Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada 300 responden yang pernah mengunjungi Taman Safari Prigen, Jawa Timur dan memiliki pengalaman menginap di sarana Baobab Safari Resort dalam 1 tahun terakhir. Hasil penelitian ini adalah 2 dimensi dari kualitas layanan yaitu keyakinan dan daya tanggap, tidak signifikan positif terhadap citra destinasi. Sedangkan 3 dimensi kualitas layanan yaitu, kehandalan, bukti fisik, dan empati signifikan positif terhadap citra destinasi. Variabel citra destinasi signifikan positif terhadap loyalitas destinasi. Dan, variabel citra destinasi menjadi mediasi penuh antara dimensi kualitas layanan dan loyalitas destinasi.

**Kata kunci:**Pariwisata, Kualitas Layanan, Citra Destinasi, Loyalitas Destinasi

**Pendahuluan**

Industri pariwisata saat ini merupakan penggerak utama pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. Pariwisata melibatkan aktivitas-aktivitas manusia (sebagai turis atau pengunjung) selama mereka mengunjungi beberapa lokasi destinasi dan menggunakan fasilitas-fasilitas dan layanan selama mereka tinggal. Pariwisata merupakan bisnis yang menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dengan melibatkan pengeluaran dari pengunjung untuk perjalanannya.

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kualitas layanan pada sarana perhotelan memiliki pengaruh terhadap citra destinasi dan loyalitas destinasi wisata di Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Manfaat penelitian ini untuk penulis adalah untuk mampu memahami konsep layanan perhotelan yang berada di destinasi wisata Taman Safari Prigen dan mampu memberikan rekomendasi atas temuan yang ada. Selanjutnya dapat diimplementasikan teori-teori yang sudah diajarkan terhadap kasus yang terjadi. Bagi pembaca, penelitian ini untuk memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang kualitas layanan yang dapat mempengaruhi persepsi atas citra destinasi dan loyalitas destinasi. Penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai pentingnya menjaga dan mengembangkan kualitas layanan, terutama perhotelan di suatu destinasi wisata.

Industri pariwisata saat ini merupakan penggerak utama pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. Pariwisata melibatkan aktivitas-aktivitas manusia (sebagai turis atau pengunjung) selama mereka mengunjungi beberapa lokasi destinasi dan menggunakan fasilitas-fasilitas dan layanan selama mereka tinggal. Destinasi wisata yang mempengaruhi loyalitas pengunjung merupakan akibat dari keberhasilan penyampaian *service quality* dan pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung ketika berwisata. *Destination loyalty* atau loyalitas destinasi saat ini merupakan penggerak yang penting dalam stabilitas masa depan dan pertumbuhan organisasi dan tujuan destinasi. Indikator keberhasilan destinasi wisata adalah adanya loyalitas kedatangan pengunjung atau wisatawan dari mancanegara.

Banyak industri wisata memiliki strategi untuk menciptakan *destination image* yang aktual dan sesuai dengan potensi pemikiran wisatawan. Menurut beberapa studi mengatakan, penggunaan ukuran *service quality* adalah kerangka yang efektif untuk mengukur *tourism service quality*. Metode ini berkontribusi sangat signifikan untuk permasalahan dibidang pemasaran terhadap diferensiasi layanan, dan *positioning* pada pasar dalam jangka panjang untuk menghubungkan metode-metode layanan yang disediakan organisasi atau penyedia jasa demi membangun persepsi konsumen yang baik.

**Hipotesis Penelitian**

H1a : Tidak ada pengaruh positif antara dimensi *Assurance* terhadap *Destination Image.*

H1b : Tidak ada pengaruh positif antara dimensi *Responsiveness* terhadap *Destination  
 Image.*

H1c : Ada pengaruh positif antara dimensi *Reliability* terhadap *Destination Image*.

H1d : Ada pengaruh positif antara dimensi *Tangible Facilities* terhadap *Destination Image*.

H1e : Ada pengaruh positif antara dimensi *Empathy* terhadap *Destination Image.*

H2 : Ada pengaruh positif antara *Destination Image* terhadap *Destination Loyalty.*

H3 : *Destination Image* menjadi mediasi penuh antara dimensi *Service Quality* dan  
 *Destination Loyalty*.

**Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah *basic research method* yang bersifat kausal. Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu 2 variabel yang bersifat independen dan 1 variabel yang bersifat dependen. Variabel independen antara lain: *Assurance, Reliability, Tangible Facilities, Empathy, Responsiveness, Tourist Satisfaction* dan *Destination Image.* Sedangkan untuk variabel dependen adalah *Destination Loyalty.* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *Destination Loyalty* terhadap setiap dimensi *Service Quality* (*Assurance, Reliability, Tangible Facilities, Empathy,* dan *Responsiveness),* dan *Destination Image* sebagai mediasi pada wisata Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan acuan penelitian sebelumnya, dengan meneliti ulang untuk menemukan kesenjangan penelitian (*Research Gap).*

Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer. Sumber data penelitian yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai melalui media *online*. Karaktersitik responden yang sesuai yaitu, pernah mengunjungi Taman Safari Prigen, Jawa Timur, dan memiliki pengalaman menginap di Baobab Safari Resort dalam satu tahun terakhir. Pada penelitian ini menggunakan pengukuran aras interval. Alternatif jawaban yang digunakan untuk aras interval dalam penelitian ini disusun berdasarkan *5 Point Likert-Type* yang dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap beberapa pernyataan yang diukur dari angka 1 untuk sangat tidak setuju, hingga 5 untuk sangat setuju.

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bahwa alat ukur yang sudah disusun benar-benar mengukur apa yang seharusnya perlu diukur. Uji validitas juga digunakan untuk menentukan seberapa tepat dan cermat suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurannya. Hasil uji validitas yangtinggi memiliki arti bahwa mempunyai varian kesalahan yang rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang telah dikumpulkan adalah data yang dapat dipercaya. Pada penelitian ini digunakan *software* PASW Statistics 18 untuk melakukan uji validitas. Pengukuran uji validitas dapat dilihat dari nilai alpha, apabila item memiliki nilai α lebih kecil dari 0,05 (α ≤ 0,05) maka dapat dikatakan item tersebut valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatuitem pertanyaan atau pernyataan apabila diujikan dalam situasi yang berbeda-beda. Uji reliabilitas juga bertujuan untuk mengetahui apa alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, dan konsistensi alat dalam gejala tertentu dari sekelompok individu meskipun dilakukan saat waktu berbeda. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan syarat item tersebut sudah lolos melalui uji validitas atau pada item yang sudah valid. Penelitian ini menggunakan *software* PASW Statistics 18 untuk melakukan uji reliabilitas. Pengukuran uji reliabilitasdapat dilihat dari nilai Cronbach’s alpha > 0,6 maka dapat dikatakan kuesioner reliabel.

Keseluruhan hipotesis pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan *software* AMOS Graphics versi 22.0.0. Structural Equation Model (SEM) atau model persamaan struktural merupakan teknik dalam statistika yang digunakan untuk melakukan pengujian suatu rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara simultan. Teknik estimasi yang digunakan pada *software* AMOS Graphics versi 22.0.0 adalah *Maximum Likelihood*, yaitu literasi secara berulang dan sering digunakan dalam penelitian SEM. Analisis SEM melalui 2 tahap yaitu: *Measurement Model* yaitu Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas data secara keseluruhan. *Structural Model* yaitu Pengujian yang dilakukan untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan uji kesesuaian model. Pengukuran tentang baik atau buruknya suatu model dapat dilihat dari *Goodness of Fit Index* (GFI). Model diterima atau ditolak dalam penelitian ini akan diuji menggunakan alat ukur *Normed Chi Square Statistic* (CMIN/DF), The *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), *Goodness of Fit Index* (GFI), *Comparative Fit Index* (CFI), dan *Tucker Lewis Index* (TLI).

Pengolahan data terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan sebelum dapat melakukan pengujian hipotesis. Uji yang hrus dijalankan terlebih dahulu adalah uji validitas dan reliabilitas, uji kecocokan model pengukuran, uji kecocokan model structural, dan yang terakhir dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan model SEM (*structural equation modeling)* dari paket software statistic AMOS *(Analisis of Moment Structural)*. Uji hipotesis dilakukan dengan tolak ukur CR (*Critical Ratio*) dengan nilai ≥ 1.645 mengindikasikan bahwa variabel independen secara signifikan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai p (*P-Value*) dengan nilai < 0.1 mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**Hasil**

Berbagai uji statistic dilakukan dimulai dari pengujian validitas dan reliabilitas dari data yang telah didapatkan, pembahasan mengenai deskripsi data penelitian, uji statistic deskriptif, uji *goodness of fit*, hingga uji hipotesis dengan menggunakan *t-staistics.*

Statistik deskriptif dimaksudkan dengan mengetahui persebaran data yang ada. Indikator yang dipakai pada penelitian ini ada dua jenis yaitu mean dan standard deviation. Mean mengindikasikan rata-rata jawaban responden, sedangkan standard deviation mengindikasikan seberapa jauh data menyimpang dari rata-ratanya.

**Tabel 1**

*Statistik Deskriptif Dimensi Assurance*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| AS1 | Anda mendapatkan pelayanan yang baik oleh Staff Baobab Safari Resort. | 4.38 | 0.646 |
| AS2 | Anda mendapatkan pelayanan yang *customer oriented* oleh Staff Baobab Safari Resort. | 4.32 | 0.701 |
| AS3 | Kualitas layanan oleh Staff Baobab Safari Resort membuat Anda percaya. | 4.35 | 0.675 |
| AS4 | Staff yang berkompeten sangat membantu Anda selama menginap di Baobab Safari Resort. | 4.39 | 0.652 |
| AS5 | Komunikasi Staff Baobab Safari Resort dengan Anda mudah dipahami. | 4.45 | 0.640 |
| Rata-Rata Total | | 4.37 | 0.662 |

Tabel 1 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan dimensi *Assurance* dengan rata-rata total 4,37 dan rata-rata deviasi standar 0,662. Yang berarti bahwa responden merasakan layanan dimensi *Assurance* yang diberikan Baobab Safari Resort, terutama di bagian pernyataan “Komunikasi Staff Baobab Safari Resort dengan Anda mudah dipahami”. Karena memiliki nilai *mean* tertinggi.

**Tabel 2**

*Statistik Deskriptif Dimensi Responsiveness*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| RS1 | Staff Baobab Safari Resort merespon permintaan kebutuhan Anda dengan cepat. | 4.29 | 0.731 |
| RS2 | Staff Baobab Saari Resort mampu memenuhi keinginan Anda dengan tepat waktu. | 4.19 | 0.736 |
| RS3 | Staff Baobab Safari Resort memberikan informasi fasilitas hotel dengan jelas. | 4.37 | 0.712 |
| RS4 | Staff Baobab Safari Resort sigap untuk membantu Anda. | 4.36 | 0.712 |
| RS5 | Staff Baobab Safari Resort menunjukkan kerelaan untuk menolong Anda. | 4.38 | 0.700 |
| Rata-Rata Total | | 4.31 | 0.718 |

Tabel 2 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan dimensi *Responsiveness* dengan rata-rata total 4,31 dan rata-rata deviasi standar 0,718. Yang berarti bahwa responden merasakan layanan dimensi *Responsiveness* yang diberikan oleh Baobab Safari Resort, terutama di bagian pernyataan “Staff Baobab Safari Resort menunjukkan kerelaan untuk menolong Anda” karena memiliki nilai *mean* tertinggi.

**Tabel 3**

*Statistik Deskriptif Dimensi Reliability*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| RL1 | Staff *front desk* Baobab Safari Resort secara akurat memproses permintaan reservasi Anda. | 4.40 | 0.679 |
| RL2 | Tidak membutuhkan waktu lama untuk Anda melakukan *check-in/* *check-out*. | 4.39 | 0.765 |
| RL3 | Pelayanan yang diberikan Baobab Safari Resort akurat. | 4.32 | 0.687 |
| RL4 | Pelayanan Baobab Safari Resort sesuai dengan janji yang diberikan. | 4.33 | 0.718 |
| Rata-Rata Total | | **4.36** | **0.712** |

Tabel 3 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan dimensi *Reliability* dengan rata-rata total 4,36 dan rata-rata deviasi standar 0,712. Yang berarti bahwa responden merasakan layanan dimensi *Reliability* yang diberikan oleh Baobab Safari Resort, terutama di bagian pernyataan “Staff *front desk* Baobab Safari Resort secara akurat memproses permintaan reservasi Anda” karena memiliki nilai *mean* tertinggi.

**Tabel 4**

*Statistik Deskriptif Dimensi Tangible Facilities*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| TF1 | Tersedia sarana transportasi di Baobab Safari Resort. | 4.35 | 0.728 |
| TF2 | Interior bangunan Baobab Safari Resort memiliki desain yang bagus. | 4.34 | 0.748 |
| TF3 | Baobab Safari Resort tetap memperbaharui fasilitas yang ada dari waktu ke waktu. | 4.23 | 0.766 |
| TF4 | Hidangan makanan yang disajikan memiliki kualitas yang baik. | 4.23 | 0.805 |
| TF5 | Penampilan Staff Baobab Safari Resort terlihat rapi. | 4.41 | 0.666 |
| Rata-Rata Total | | **4.31** | **0.742** |

Tabel 4 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan dimensi *Tangible Facilities* dengan rata-rata total 4,31 dan rata-rata deviasi standar 0,742. Yang berarti bahwa responden merasakan layanan dimensi *Tangible Facilities* yang diberikan oleh Baobab Safari Resort, terutama di bagian pernyataan “Penampilan Staff Baobab Safari Resort terlihat rapi.” karena memiliki nilai *mean* tertinggi.

**Tabel 5**

*Statistik Deskriptif Dimensi Empathy*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| EM1 | Staff Baobab Safari Resort memberikan layanan dengan ramah. | 4.44 | 0.674 |
| EM2 | Staff Baobab Safari Resort mampu memenuhi kebutuhan sesuai permintaan Anda. | 4.38 | 0.695 |
| EM3 | Staff Baobab Safari Resort menunjukkan perhatian khusus secara individual kepada Anda. | 4.12 | 0.919 |
| Rata-Rata Total | | **4.31** | **0.759** |

Tabel 5 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan dimensi *Empathy* dengan rata-rata total 4,31 dan rata-rata deviasi standar 0,759. Yang berarti bahwa responden merasakan layanan dimensi *Empathy* yang diberikan oleh Baobab Safari Resort, terutama di bagian pernyataan “Staff Baobab Safari Resort memberikan layanan dengan ramah” karena memiliki nilai *mean* tertinggi.

**Tabel 6**

*Statistik Deskriptif Variabel Destination Image*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| DI1 | Destinasi Taman Safari Prigen memiliki pemandangan alam yang indah. | 4.56 | 0.611 |
| DI2 | Destinasi Taman Safari Prigen memiliki lingkungan yang bersih. | 4.35 | 0.700 |
| DI3 | Lokasi Taman Safari Prigen mudah untuk dijangkau. | 4.30 | 0.808 |
| DI4 | Anda menikmati setiap pemandangan di Taman Safari Prigen. | 4.47 | 0.671 |
| DI5 | Anda merasa senang berwisata di Taman Safari Prigen. | 4.55 | 0.623 |
| Rata-Rata Total | | **4.44** | **0.682** |

Tabel 6 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan variabel *Destination Image* dengan rata-rata total 4,44 dan rata-rata deviasi standar 0,682. Yang berarti bahwa citra destinasi di Taman Safari Prigen, Jawa Timur dinilai baik di persepsi wisatawan. Pernyataan “Destinasi Taman Safari Prigen memiliki pemandangan alam yang indah” memiliki *mean* tertinggi.

**Tabel 7***Statistik Deskriptif Variabel Destination Loyalty*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kode | Pernyataan | *Mean* | *Std. Dev* |
| DL1 | Destinasi Taman Safari Prigen memiliki pemandangan alam yang indah. | 4.44 | 0.749 |
| DL2 | Destinasi Taman Safari Prigen memiliki lingkungan yang bersih. | 3.97 | 1.004 |
| DL3 | Lokasi Taman Safari Prigen mudah untuk dijangkau. | 4.04 | 0.951 |
| DL4 | Anda menikmati setiap pemandangan di Taman Safari Prigen. | 4.32 | 0.779 |
| Rata-Rata Total | | **4.19** | **0.870** |

Tabel 7 menunjukkan rata-rata penilaian responden terkait setiap pernyataan variabel *Destination Loyalty* dengan rata-rata total 4,19 dan rata-rata deviasi standar 0,870. Yang berarti bahwa wisatawan loyal untuk mengunjungi Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Pernyataan “Destinasi Taman Safari Prigen memiliki pemandangan alam yang indah.” memiliki *mean* tertinggi.

**Tabel 8**

**Hasil Pengujian Hipotesis**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hipotesis** | | ***Standarized Estimate*** | **C.R.** | **P** | **Keterangan** |
| H1a(+) | AS → DI | 0,128 | 1,095 | 0,273 | Hipotesis Tidak Terdukung |
| H1b(+) | RS → DI | 0,203 | -0,418 | 0,676 | Hipotesis Tidak Terdukung |
| H1c(+) | RL → DI | 0,181 | 1,981 | 0,023 | Hipotesis Terdukung |
| H1d(+) | TF→ DI | 0,126 | 1,952 | 0,050 | Hipotesis Terdukung |
| H1e(+) | EM →DI | 0,210 | 2,568 | 0,010 | Hipotesis Terdukung |
| H2(+) | DI 🡪 DL | 0,072 | 9,008 | \*\*\* | Hipotesis Terdukung |
| H3(+) | DI | Hipotesis Terdukung | | | |

Pengujian hipotesis H1a, H1b, H1c, H1d, H1e, dan H2 menggunakan program AMOS 22.0. Persyaratan pengujian hipotesis yang diterima adalah memiliki nilai C.R. untuk tiap koefisien sebesar ≥ 1,96 dan P-*value* signifikan (< 0,05). Sedangkan untuk H3 menggunakan uji mediasi SEM dengan program AMOS 22.0, dengan mengukur nilai pengaruh mediasi *Destination Image* antar dimensi *Service Quality* dan *Destination Loyalty.* Hasil hipotesis menunjukkan bahwa, H1a dan H1b tidak positif signifikan terhadap *Destination Image* karena nilai C.R. dan P-*value* tidak sesuai persyaratan. Hipotesis H1c, H1d, H1e, dan H2 menunjukkan positif signifikan terhadap *Destination Image.* Sedangkan hipotesis H3 menunjukkan bahwa *Destination Image* menjadi mediasi penuh antara dimensi *Service Qualty* dengan *Destination Loyalty*.

**Diskusi**

Untuk dimensi *Assurance* dari variabel *Service Quality* pada H1a menunjukkan tidak adanya pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Image*. Meskipun responden telah mendapatkan layanan yang baik dan terjamin dari Staff Baobab Safari Resort namun tidak mempengaruhi pembentukan persepsi citra destinasi di benak responden.

Untuk dimensi *Responsiveness* dari variabel *Service Quality* pada H1b menunjukkan tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Image*. Dimensi *Responsiveness* berkaitan dengan daya tanggap karyawan Baobab Safari Resort untuk memberikan layanan dengan sikap ramah dan sigap tanggap untuk membantu wisatawan yang menginap. Wisatawan tidak perlu menunggu lama ketika menunggu ruang kamar mereka untuk disiapkan. Meskipun peran karyawan Baobab Safari Resort mempunyai daya tanggap yang tinggi dalam memberikan layanan mereka kepada wisatawan, hal ini berarti tidak berarti akan mempengaruhi persepsi citra atau *image* wisatawan terhadap suatu destinasi yang diharapkan mereka.

Untuk dimensi *Reliability* dari variabel *Service Quality* pada H1c menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Image*. Responden menilai bahwa layanan dari staff Baobab Safari Resort akurat sejak pertama kali kedatangan mereka. Ketika datang untuk *check-in* dan *check-out* kamar dilakukan dengan cepat tanpa membuat wisatawan menunggu dengan lama.

Untuk dimensi *Tangible Facilities* dari variabel *Service Quality* pada H1d menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Image.* Responden menilai bahwa bukti fisik dari Baobab Safari Resort sangat bagus. Fasilitas penunjang yang digunakan juga modern dan lengkap membuat wisatawan nyaman ketika menginap di Baobab Safari Resort. Juga kondisi lingkungan alam Baobab Safari Resort sangat dinikmati oleh responden.

Untuk dimensi *Empathy* dari variabel *Service Quality* pada H1e menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Image*. Responden menilai bahwa staff Baobab Safari Resort melayani wisatawan dengan ramah, disambut dengan memberikan senyuman ketika wisatawan datang. Staff Baobab Safari Resort juga memberikan arahan informasi mengenai layanan dengan penuh perhatian.

Untuk variabel *Destination Image* pada H2, menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Destination Loyalty*. Responden menilai bahwa setelah mereka memiliki persepsi dan harapan yang baik mengenai Baobab Safari Resort sebagai akomodasi penginapan di Taman Safari Prigen, maka responden akan puas ketika mereka berwisata di Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Citra yang terbentuk dengan baik ini membuat responden akan loyal dengan destinasi wisata di Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Serta, memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Untuk mediasi dari variabel *Destination Image* terhadap dimensi *Service Quality* dan *Destination Loyalty*, menunjukkan adanya mediasi yang penuh. Wisatawan yang telah merasakan kualitas layanan yang baik di Baobab Safari Resort, maka wisatawan juga akan menilai dengan baik *image* atau citra dari Taman Safari Prigen, Jawa Timur sebagai satu kesatuan yang ditawarkan oleh Taman Safari Indonesia.

**Kesimpulan**

Kualitas layanan yang ditawarkan pada Baobab Safari Resort memiliki pengaruh terhadap terciptanya persepsi citra destinasi pada Taman Safari Prigen, Jawa Timur. Kualitas layanan akan membuat wisatawan menjadi puas, sehingga *image* dari Taman Safari Prigen, Jawa Timur juga akan meningkat. Citra destinasi yang sudah mendapatkan nilai baik dari wisatawan akan mempengaruhi loyalitas destinasi oleh wisatawan. Mereka akan mengunjungi kembali Taman Safari Prigen, Jawa Timur dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Maka dengan hal ini, pihak manajemen Taman Safari Indonesia dan Baobab Safari Resort harus berusaha untuk terus mempertahankan kualitas layanan mereka.

**Pustaka Acuan**

Mamoun N. Akroush *et al.,* (2016). Tourism Service Quality and Destination Loyalty – the mediating role of destination image from international tourist’s perspective. Tourism Review Vol. 71(1): 1-31

Zany Irayati *et al.,* (2017). The Influence of Service Quality Dimensions, Destination Image and Satisfaction to Tourist Loyalty in Maluku Province. Tourist Review Vol. V.

Alexandris, K., Douka, S., Papadopoulos, P. and Kaltsatou, A. (2008). Testing the role of service quality on the development of brand associations and brand loyalty. *Managing Service Quality*, Vol. 18 No. 3, pp. 239-254.

Beerli A. and Martin, J.D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*Vol.31 No.4, pp. 657-681.

Chen, C. F. and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, Vol. 28 No. 4, pp. 1115-1122.

Faullant, R., Matzler, K. and Fuller, J. (2008). The impact of satisfaction and image on loyalty: the case of Alpine ski resorts. *Managing Service Quality*, Vol. 18 No. 2, pp. 163-178.

Gartner, W.C. (1993). Image formation process. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(2/3): 191-215.

Gallarza, M., Saura, I. and Moreno, F. (2013). The quality-value-satisfaction-loyalty chain: relationships and impacts. *Tourism Review*, Vol. 68 No.1, pp. 3-20.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. dan Anderson, R.E. (2009). Multivariate Data Analysis. Edisi Tujuh. Pearson Education; New Jersey.

Hakala, U., Lemmetyinen, A. and Kantola, S. (2013). Country image as a nation-branding tool. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 31 No. 5, pp. 538-556.

Kim, S. Holland, S. dan Han, H.S. (2013). A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: a case study of Orlando. *International Journal of Tourism Research*, 15(1): 313-328.

Kotler, P. (2003). Marketing management, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Lai, F., Griffin, M. dan Babin, B.J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62(10): 980-986.

Marineroig, E. (2011). Innovation and identity in Barcelona’s tourist image as represented by souvenirs. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, Vol. 3 No. 2 pp. 175–193.

Namukasa, J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty. *The TQM Journal*, Vol. 25 No. 5, pp. 520-532.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Marketing, 49(4): 41-50

Upadhyaya, M. (2012). Influence of destination image and destination personality: an empirical analysis. *Journal of Marketing and Communication*, Vol. 7 No. 3, pp. 259-272.

Yang, C., Chen, P. and Chien, Y. (2014). Customer expertise, affective commitment, customer participation, and loyalty in B and B services. *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol. 6 No. 4, pp. 174-183.

<https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g2699971-d12086453-Reviews-Baobab_Safari_Resort-Prigen_East_Java_Java.html> diakses pada tanggal 29 Januari 2020

<https://www.kemenparekraf.go.id/categories/statistik-wisatawan-nusantara> diakses pada tanggal 1 Januari 2020

<https://www.matamatapolitik.com/industri-pariwisata-indonesia-berkembang-pesat-penuh-harapan/> diakses pada tanggal 15 Desember 2019

<https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa> diakses pada tanggal 15 Desember 2019