

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia's tourism continues to grow in the past few years, many destinations is getting known. However not all destinations successfully introduce and promote their identity and uniqueness even though it is one of the most important factor to support destinations successfulness. Therefore, this research was conducted to understand the formation of destination image on a tourist destination and see the impact of destination image towards tourists intention to recommend. Research was done on Belitung which is one of the developing tourist destination in Indonesia. The model used is based on an evaluation of cognitive, affective, overall image of destination image and intention to recommend. This research will be done with quantitative approach by distribution of questionnaires directly to the tourists at Belitung. The finding shows that conceptualization of destination image through cognitive component, affective component and overall image can be applied on Belitung. Cognitive component affect affective component, then cognitive component and affective component also affect overall image which directly affect tourists' intention to recommend. Therefore, this research is an empirical evidence that destination image can directly affect tourists' intention to recommend.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pariwisata Indonesia terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, begitu banyak destinasi yang semakin dikenal. Namun tidak semua tempat wisata berhasil memperkenalkan dan mempromosikan identitas serta keunikan daerahnya, padahal hal tersebut merupakan salah satu faktor penting yang mendukung keberhasilan sebuah destinasi. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memahami pembentukan citra destinasi dan bagaimana dampaknya terhadap niat wisatawan untuk merekomendasi. Penelitian dilakukan pada Belitung yaitu salah satu tempat wisata di Indonesia yang sedang berkembang. Model penelitian yang digunakan berdasarkan pendekatan evaluasi kognitif, afektif, keseluruhan citra destinasi dan niat untuk merekomendasi. Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan di Belitung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konseptualisasi citra destinasi melalui komponen kognitif, afektif dan citra keseluruhan dapat diterapkan pada Belitung. Komponen kognitif mempengaruhi komponen afektif, kemudian komponen kognitif dan afektif juga memberikan pengaruh terhadap citra keseluruhan yang pada akhirnya citra keseluruhan mempengaruhi secara langsung niat wisatawan untuk merekomendasi. Dengan begitu, penelitian ini menjadi bukti empiris bahwa citra destinasi dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk merekomendasi secara langsung.