

ABSTRAK

Salah satu upaya strategik dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pengunjung dapat dilakukan dengan cara menjaga Kualitas Atraksi, Manajemen dan Citra. Penelitian ini bertujuan untuk menggali sejauh mana tingkat kepuasan pengunjung terhadap Kualitas Atraksi, Manajemen dan Citra di destinasi wisata kawasan Bandung Barat. Responden yang memberikan informasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang memenuhi persyaratan sebagai responden untuk dapat mengisi dan memberikan informasi yang dibutuhkan saat pengisian kuesioner. Jumlah responden sebanyak 110 orang dengan subjek 4 destinasi yaitu The great Asia Africa, Floating Market, Sungai Cikahuripan dan Farmhouse Lembang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan CSI (Customer Satisfaction Index) sebesar 83.35% menunjukkan pengunjung di destinasi wisata kawasan Bandung Barat merasa (Sangat Puas). Berdasarkan analisis kesenjangan (GAP), analisis yang diperoleh ialah dengan nilai skor kinerja 66,65 lebih kecil dari skor harapan 71,22 sehingga tingkat kinerja kualitas Atraksi, Manajemen dan Citra masih jauh dari harapan pengunjung destinasi wisata di Bandung Barat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai kualitas kinerja Atraksi, Manajemen dan Citra yang telah dikembangkan.

Kata Kunci: Kinerja, Kualitas, Atraksi, Manajemen, Citra Destinasi Wisata, Kawasan Bandung Barat