

## ABSTRAK

Minat berkunjung ulang wisatawan dapat menaikkan pendapatan bagi sebuah kota dan turut meminimalisir biaya untuk pemasaran kota pariwisata tersebut. Minat berkunjung ulang (*revisit intention*) telah disorot sebagai topik penelitian penting dalam pasar yang kompetitif destinasi wisata. Walaupun sebagian besar penelitian tersebut tetap berfokus tentang mengapa wisatawan melakukan kunjungan ulang, dan apa karakteristik dalam melakukan kunjungan ulang. Sebagai salah satu kota destinasi wisata jumlah wisatawan Kota Bandung mengalami peningkatan, khususnya wisatawan domestik. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan berdampak pada jumlah pendapatan Kota Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian dan menganalisis faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung. Penelitian ini mengadopsi model *revisit behavioral intention* milik Som, Marzuki, Yousefi, dan AbuKhalifeh (2012). Eksplorasi terhadap model ini dilakukan untuk menganalisis lebih lanjut hubungan antar faktor berdasarkan preferensi wisatawan domestic Kota Bandung

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang tersebar di Kota Bandung. Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Pengujian dilakukan dengan teknik analisis faktor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *weather and natural attraction* dan *enhance social* merupakan faktor terpenting dari *destination attributes* dan *motives* untuk minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung. Mengenai persepsi wisatawan berkenaan dengan *destination loyalty*, penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan loyal terhadap Kota Bandung, dan akan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya untuk mengunjungi Kota Bandung.

Faktor utama yang perlu diperhatikan adalah mengenai *weather and natural attraction*, pemerintah kota Bandung, dapat kebijakan-kebijakan dengan meningkatkan industri pariwisata karena masih terdapat potensi yang cukup besar di Kota Bandung mengingat keunggulan kota Bandung yang memiliki iklim dan cuaca yang mendukung pariwisata.

**Kata Kunci:** Minat Berkunjung Ulang; *Revisit Behavioral Intention*; Pariwisata; Kota Bandung;