

## ABSTRAK

---

Salah satu upaya strategik dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pengunjung dapat dilakukan dengan cara menjaga Kualitas Pelayanan dan selayaknya kualitas pelayanan yang baik sepadan dengan Nilai Uang yang telah diberikan pengunjung. Tingkat Kepuasan pengunjung diperoleh dari perbandingan Pelayanan yang didapatkan pengunjung, dengan Nilai Uang (harga) yang sepadan dengan layanan yang didapatkan, penelitian ini bertujuan untuk menggali sejauh mana tingkat kepuasan pengunjung terhadap Kualitas Pelayanan dan Nilai Uang 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 220 orang dengan komposisi Lembang Park Zoo 73 pengunjung, The great Asia Africa 73 pengunjung, dan Floating Market 73 pengunjung. 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 79.09% menunjukkan pengunjung di destinasi wisata kawasan Bandung Barat merasa (Puas). Berdasarkan analisis kesenjangan (GAP), analisis yang diperoleh ialah dengan nilai skor kinerja 86.96 lebih kecil dari skor harapan 88.15 sehingga tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai uang masih jauh dari harapan pengunjung destinasi wisata di Bandung Barat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai kualitas pelayanan dan nilai uang yang telah dikembangkan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Uang, Destinasi Wisata, Bandung Barat