

INTISARI

Kampung Coklat Blitar memiliki daya tarik tersendiri yang terletak pada bangunan-bangunan yang memanfaatkan kebun kakao. Peningkatan keuntungan suatu objek wisata dipengaruhi oleh jumlah wisatawan yang datang, hal yang dapat meningkatkan minat berkunjung dan akan mempengaruhi wisatawan berkunjung kembali ke objek wisata tersebut adalah peningkatan kualitas pelayanan, wisatawan yang menceritakan hal-hal positif sehingga citra merek Kampung Coklat Blitar menjadi baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan dan getok tular terhadap citra merek, pengaruh langsung kualitas pelayanan dan getok tular terhadap kunjungan kembali, pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan dan getok tular melalui citra merek terhadap kunjungan kembali. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan lokasi penelitian di Kampung Coklat Blitar dengan sampel sebanyak 150 wisatawan yang diperoleh secara purposive sampling. Data yang diperoleh berupa skala likert yang kemudian diolah menggunakan SEM PLS dengan pengujian hipotesis *bootstrapping*. Hasil yang diperoleh adalah kualitas pelayanan dan getok tular berpengaruh langsung terhadap citra merek, kualitas pelayanan dan getok tular berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kunjungan kembali wisatawan, kualitas pelayanan dan getok tular tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan kembali melalui citra merek sebagai variabel intervening, dan citra merek tidak berpengaruh langsung terhadap kunjungan kembali.

Kata kunci: agrowisata, kualitas pelayanan, getok tular, citra merek, kunjungan kembali

ABSTRACT

Kampung Coklat Blitar has its own attraction which lies in the buildings that utilize cocoa gardens. Increasing the profits of a tourist attraction is influenced by the number of tourists who come, things that can increase interest in visiting and will influence tourists return visit to the tourist attraction are an increase in the quality of service, tourists who share positive things so that the brand image of Kampung Coklat Blitar is good. The aim of this research is to determine the direct influence of service quality and word of mouth on brand image, the direct influence of service quality and word of mouth on return visit, the indirect influence of service quality and word of mouth through brand image on return visit. The basic method used in this research is the descriptive analysis method with the research location in Kampung Coklat Blitar with a sample of 150 tourists obtained by purposive sampling. The data obtained was in the form of a Likert scale which was then processed using SEM PLS with bootstrapping hypothesis testing. The results obtained were that service quality and word of mouth had a direct effect on brand image, service quality and word of mouth had a significant direct effect on tourist return visit, service quality and word of mouth had no significant effect on return visit through brand image as an intervening variable, and brand image has no direct effect on return visit.

Keywords: agrotourism, service quality, word of mouth, brand image, return visit