



INTISARI

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, termasuk di Kota Blitar yang memiliki destinasi agrowisata Kampung Coklat sebagai salah satu daya tarik wisata. Destinasi wisata ini memerlukan penerapan komponen pariwisata 4A, yaitu Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan *Ancillary*, untuk memastikan daya saing dan loyalitas pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komponen pariwisata 4A terhadap loyalitas wisatawan dengan variabel mediasi *brand love* dan citra merek. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik incidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 150, dan data dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, dengan *brand love* dan citra merek berperan sebagai variabel mediasi, sedangkan amenitas kurang dapat dijelaskan dengan baik dalam penelitian ini

Kata kunci: Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, *Ancillary*, Citra Merek, *Brand Love*, Loyalitas, SEM-PLS

ABSTRACT

The development of the tourism sector in Indonesia has shown an increase each year, including in Blitar City, which has the Kampung Coklat agrotourism destination as one of its attractions. This tourist destination requires the implementation of the 4A tourism components: Attractions, Amenities, Accessibility, and Ancillary, to ensure competitiveness and visitor loyalty. This study aims to analyze the influence of the 4A tourism components on tourist loyalty with brand love and brand image as mediating variables. The sampling was conducted using incidental sampling techniques with a total of 150 respondents, and the data were analyzed using the SEM-PLS method. The research results indicate that attractions, accessibility, and ancillary services have a positive and significant effect on tourist loyalty, with brand love and brand image serving as mediating variables. However, amenities were not adequately explained in this study.

Keywords: Attractions, Amenities, Accessibility, Ancillary, Brand Image, Brand Love, Loyalty, SEM-PLS