

INTISARI

Dimensi emosional memiliki peran strategis dalam memahami perilaku wisatawan, sehingga menjadi faktor krusial bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi pengalaman wisata yang tidak hanya memuaskan secara fungsional tetapi juga menyentuh aspek emosional dan kognitif pengunjung. Dalam konteks ini, *place attachment* menjadi sangat relevan karena terbukti dapat memengaruhi intensi wisatawan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Tunjungan Romansa sebagai destinasi wisata perkotaan yang menawarkan perpaduan unik antara unsur-unsur modern dengan nilai-nilai *historical*, memiliki potensi untuk membangun koneksi emosional mendalam. Penelitian ini bertujuan memahami proses pembentukan *place attachment* berdasarkan pengalaman wisatawan dan menganalisis perannya terhadap intensi wisatawan merekomendasikan Tunjungan Romansa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan eksploratif untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif wisatawan secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan berhasil membentuk dimensi *place identity* melalui makna personal Tunjungan Romansa, refleksi diri terhadap tempat, dan pengalaman berkesan. *Place dependence* terbentuk melalui evaluasi wisatawan terhadap kapasitas fungsional destinasi dalam memenuhi kebutuhan spesifik mereka sebagai pengunjung. *Place attachment* yang telah terbentuk di Tunjungan Romansa mendorong intensi untuk merekomendasikan dengan didukung oleh munculnya perasaan emosional positif. Aspek keterikatan emosional, kenyamanan destinasi, dan pengalaman berkesan menjadi faktor penguat utama. Temuan ini membuktikan bahwa *place attachment* berperan signifikan sebagai faktor pendorong intensi rekomendasi wisatawan, memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan konsep pariwisata perkotaan dan implikasi praktis untuk strategi manajemen destinasi wisata yang lebih efektif.

Kata kunci: Place Attachment, Place Identity, Place Dependence, Intensi Rekomendasi

ABSTRACT

The emotional dimension plays a strategic role in understanding tourist behavior, making it a crucial factor for destination managers in designing tourism experience strategies that are not only functionally satisfying but also address the emotional and cognitive aspects of visitors. In this context, place attachment becomes highly relevant because it has been proven to influence tourists' intention to recommend a destination to others. Tunjungan Romansa, as an urban tourism destination that offers a unique blend of modern elements and historical values, has the potential to build deep emotional connections. This study aims to understand the process of place attachment formation based on tourist experiences and analyze its role in tourists' intention to recommend Tunjungan Romansa. The research method used is exploratory qualitative to explore tourists' subjective experiences in depth. The results show that tourist experiences successfully shape the dimension of place identity through personal meaning of Tunjungan Romansa, self-reflection on the place, and memorable experiences. Place dependence is formed through tourists' evaluation of the functional capacity of the destination in meeting their specific needs as visitors. The place attachment that has formed at Tunjungan Romansa encourages the intention to recommend, supported by the emergence of positive emotional feelings. The aspects of emotional attachment, destination comfort, and memorable experiences are the main reinforcing factors. These findings prove that place attachment plays a significant role as a driving factor for tourists' recommendation intentions, providing theoretical contributions to the development of urban tourism concepts and practical implications for more effective tourism destination management strategies.

Keywords: *Place Attachment, Place Identity, Place Dependence, Intention to Recommend*