

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan mengelaborasi hubungan gaya keterikatan pada kohesi diadik serta pengaruhnya terhadap kepuasan keputusan dan kepuasan berwisata. Penelitian ini menggunakan landasan teori keterikatan untuk menganalisis hubungan suami dan istri dalam kebersamaan untuk berdiskusi dan berwisata. Penelitian sebelumnya meneliti diskusi antara suami dan istri dari segi konflik, namun tidak menganalisis mengenai keterikatan dalam hubungan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 202 pasangan dengan metode analisis SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya keterikatan yang aman memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, sedangkan gaya keterikatan yang menghindar dan khawatir tidak berpengaruh pada kohesi diadik. Hubungan kohesi diadik terhadap kepuasan keputusan dan kepuasan berwisata memiliki nilai yang positif dan signifikan, selain itu hubungan kepuasan keputusan dan kepuasan berwisata mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan pemasar sebagai konten dan strategi dalam beriklan.

**Kata Kunci:** Gaya Keterikatan; Kohesi Diadik; Kepuasan Keputusan; Kepuasan Berwisata

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the relationship of attachment style to the dyadic cohesion and its effect on the decision satisfaction and vacation satisfaction. This study use attachment theory to analyze the relationship between husband and wife in togetherness to discuss and vacation. Previous research has examined discussions between husband and wife in terms of conflict, but has not yet analyzed the relationship of attachment. This research used 202 paired samples with SEM analysis. The results showed that secure attachment style has positive and significant influence, while the avoidant and anxious style has positive but not significant effect on the dyadic cohesion. The relationship of dyadic cohesion to decision satisfaction and vacation satisfaction has positive and significant effect, while the relationship of decision satisfaction and vacation satisfaction has positive and significant influence. This research can be used as a reference for marketers as content and strategy in advertising.

**Keywords:** Attachment Style, Dyadic Cohesion, Decision Satisfaction, Vacation Satisfaction