

## ABSTRAK

Delvin Jonathan Dicky (01011200005)

### **KONTRIBUSI KETERLIBATAN WISATAWAN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS; STUDI KASUS PADA TAMAN NASIONAL BROMO**

(XVII + 167 halaman; 10 gambar; 41 tabel; 6 lampiran)

Taman Nasional Bromo sebagai salah satu destinasi wisata nasional yang paling banyak dikunjungi telah mengalami tantangan berdampak pada jumlah pengunjung. Dalam meningkatkan pengalaman wisatawan, penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo. Akan tetapi, belum terdapat penelitian yang menginvestigasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam konteks taman nasional di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini menyelidiki kontribusi langsung dan tidak langsung dari keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek melalui kepuasan terhadap loyalitas Taman Nasional Bromo. Ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner *online* melalui *Google Forms*. Penelitian ini memakan waktu sekitar dua setengah bulan. Data yang terkumpul diolah menggunakan *software* Smart-PLS Versi 4.0. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat kontribusi positif yang kuat untuk keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi. Selain itu, ditunjukkan juga efek tidak langsung dari keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap loyalitas melalui kepuasan namun hanya sebesar 0.101 dan 0.063 satuan skala. Pada kesimpulannya, hasil dari penelitian ini dapat memberikan sejumlah implikasi praktis bagi pemerintah daerah maupun pihak pengelola untuk meningkatkan pengalaman emosional wisatawan dan mengembangkan strategi yang mendorong wisatawan untuk semakin terlibat ketika mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

**Keywords:** *Tourist Engagement; Brand Equity, Satisfaction, Loyalty; Taman Nasional Bromo*

**Referensi:** 176 (2000 - 2023)