

ABSTRAK

Industri pariwisata adalah salah satu sektor yang memiliki fungsi penting dalam mendorong perkembangan perekonomian global, termasuk di Indonesia. Perkembangan industri ini menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata yang bersifat beragam dan berkualitas. Kota Bandung, yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat, telah lama dikenal sebagai salah satu destinasi wisata utama di Indonesia. Salah satu destinasi wisata alam yang menonjol di wilayah Bandung adalah Kampung Bamboo Bandung yang dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis alam dan edukasi dengan menekankan pada pelestarian lingkungan, keindahan alam, serta mengusung misi sosial dan ekologis melalui berbagai kegiatan yang mendidik serta membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan. Namun data pelanggan dan pendapatan menunjukkan adanya penurunan yang tajam dari awal tahun 2023 hingga kuartal kedua tahun 2025. Kondisi ini diduga berkaitan dengan rendahnya kualitas pelayanan dan citra merek. Untuk itu diperlukan penelitian lebih mendalam yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi kualitas pelayanan, citra merek dan loyalitas pelanggan pada wisata Kampung Bamboo Bandung serta mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan teknik *simple random sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel citra merek terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada wisata Kampung Bamboo Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The tourism industry is one of the sectors that plays an important role in driving global economic development, including in Indonesia. The growth of this industry shows an increasing trend in line with the rising public interest in engaging in diverse and high-quality tourism activities. The city of Bandung, which is the capital of West Java Province, has long been recognized as one of the main tourist destinations in Indonesia. One of the prominent natural tourism destinations in the Bandung area is Kampung Bamboo Bandung, which has been developed as a nature- and education-based tourist destination emphasizing environmental conservation, natural beauty, and promoting social and ecological missions through various educational activities that foster public awareness of the importance of protecting the environment. However, customer and revenue data indicate a sharp decline from early 2023 to the second quarter of 2025. This condition is presumed to be related to low service quality and weak brand image. Therefore, more in-depth research is needed to determine the condition of service quality, brand image, and customer loyalty at Kampung Bamboo Bandung, as well as to measure the extent of the influence of service quality and brand image on customer loyalty, both partially and simultaneously. The research methods used in this study were descriptive and verificative approaches. The sample consisted of 96 respondents selected using a simple random sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. Based on the research results, it can be concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty, the brand image variable has a positive and significant effect on customer loyalty, and there is also a positive and significant simultaneous effect of service quality and brand image on customer loyalty at Kampung Bamboo Bandung.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, and Customer Loyalty*