

Analisis *Destination Image* Stasiun Lambuang sebagai Objek Wisata Kuliner Kota Bukittinggi

Genzia Aurela Joya Islami¹, Dwi Pratiwi Wulandari²

^{1,2} Universitas Negeri Padang, Indonesia

Korespondensi penulis: joygenzia@gmail.com

Abstract. This research was conducted because there are problems regarding the destination image at Stasiun Lambuang Bukittinggi. The aim of this research is to analyze the destination image of Stasiun Lambuang as a culinary tourist attraction in Bukittinggi City. This research uses quantitative descriptive methods, with observation techniques and distributing questionnaires to 130 visitors to Stasiun Lambuang obtained by non-probability sampling techniques, with judgment sampling type. The research instrument was a questionnaire which was analyzed using SPSS 25.00. The results showed that the destination image of Stasiun Lambuang was classified as very good with a respondent achievement level of 87.91%, due to the factors of Quality of Experiences, Tourist Attractions, Environment and Infrastructure, Entertainment and Outdoor Activities, Cultural Traditions, Tourism Resources, Facilities, Supporting Factors, Tourism Environment, Service Quality, Cognitive Image, Unique Image, and Affective Image as forming the positive image, on average are rated well by respondents. With improved facilities, services and a wider promotional strategy, Stasiun Lambuang has the potential to become increasingly developed as a leading culinary tourism destination in Bukittinggi City.

Keywords: Culinary Destination, Destination Image, Culinary Tourism

Abstrak. Penelitian ini dilakukan karena adanya permasalahan mengenai *destination image* di Stasiun Lambuang Bukittinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *destination image* Stasiun Lambuang sebagai objek wisata kuliner Kota Bukittinggi berdasarkan persepsi pengunjung serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan teknik observasi dan penyebaran kuesioner kepada 130 pengunjung Stasiun Lambuang yang diperoleh dengan teknik *non-probability sampling*, dengan jenis *judgement sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *destination image* Stasiun Lambuang tergolong sangat baik dengan tingkat capaian responden sebesar 87,91%, karena oleh faktor *Quality of Experiences, Tourist Attractions, Environment and Infrastructure, Entertainment and Outdoor Activities, Cultural Traditions, Sumber Daya Pariwisata, Fasilitas, Faktor Pendukung, Lingkungan Pariwisata, Kualitas Pelayanan, Cognitive Image, Unique Image, dan Affective Image* sebagai pembentuk citra positif tersebut, rata-rata dinilai baik oleh responden. Dengan peningkatan fasilitas, pelayanan dan strategi promosi yang lebih luas, Stasiun Lambuang berpotensi menjadi semakin berkembang sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di Kota Bukittinggi.

Kata kunci: Destinasi Kuliner, Citra Destinasi, Wisata Kuliner

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) yang dirilis *World Economic Forum* (WEF), Indonesia menempati posisi ke-22 pada 21 Mei 2024 yang sebelumnya menempati posisi ke-32 pada tahun 2021. Keberhasilan dalam mengembangkan pariwisata berkontribusi pada peningkatan penerimaan devisa, penguatan nilai tukar rupiah, dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan sektor-sektor pendukung seperti hotel, restoran, atraksi wisata, dan berbagai industri lainnya. Tercatat Desember 2023, kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia mencapai 1,14 juta kunjungan. Pemanfaatan digitalisasi pariwisata

melalui media sosial menjadi strategi yang efektif bagi pemerintah dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. (www.kemenparekraf.go.id). Salah satu manfaat dari digitalisasi melalui media sosial adalah untuk membantu para pelaku sektor pariwisata dalam mempromosikan destinasi mereka untuk menarik minat wisatawan. Selain strategi pemasaran melalui media sosial, membangun citra positif destinasi juga menjadi faktor penting. Calon wisatawan cenderung memilih destinasi yang memiliki reputasi yang baik. Penelitian Hidayatullah dkk. (2020) menunjukkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan wisatawan dan dapat meningkatkan loyalitas mereka.

Citra destinasi (*destination image*) adalah gabungan persepsi, pengetahuan, dan pandangan wisatawan terhadap suatu tempat, yang mencakup kualitas produk serta komunikasi. Dalam industri pariwisata, citra ini berperan sebagai faktor utama yang mendorong wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi mereka (Yusuf, 2020). Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk objek wisata yang ada di dalamnya. Objek wisata menjadi salah satu elemen kunci dalam membentuk *destination image* karena melalui objek inilah wisatawan akan merasakan langsung keindahan, keunikan, dan daya tarik suatu destinasi. Salah satu objek wisata yang memegang peran penting *destination image* dalam pengelolaan dan pengembangannya yaitu Objek Wisata Stasiun Lambuang yang berada di Kota Bukittinggi.

Stasiun Lambuang berada di lokasi bekas stasiun kereta api lama di Jalan Sudirman, yang merupakan jalan utama Kota Bukittinggi, tepatnya berada di dekat Tugu Polwan. Lokasi Stasiun Lambuang berjarak 750 meter dari Jam Gadang, dan bisa ditempuh dengan berjalan kaki sekitar 10 menit. Stasiun Lambuang merupakan kolaborasi antara BUMN dengan Pemerintah Daerah, dalam hal ini Pemko Bukittinggi, yang dikelola secara langsung oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bukittinggi. Stasiun Lambuang diresmikan langsung oleh Menteri BUMN Erick Tohir pada Maret 2024, yang terdiri dari 116 gerai yang menyediakan berbagai kuliner khas Bukittinggi.

Berdasarkan pra penelitian yang penulis lakukan, ditemukan beberapa fenomena mengenai *destination image* di Stasiun Lambuang, yaitu terkait kebersihan fasilitas, seperti ditemukan meja yang masih kotor dan tidak segera dibersihkan saat pengunjung baru berdatangan. Kemudian adanya dugaan terkait masalah kualitas pelayanan, seperti ditemukannya keluhan ketidakramahan penjual kepada pengunjung di salah satu gerai di Stasiun Lambuang. Selain itu juga ditemukan permasalahan terhadap pemeliharaan lingkungan, seperti masih terdapat genangan air hujan di beberapa titik dan tidak segera dibersihkan yang membuat kenyamanan pengunjung terganggu. Tidak hanya itu, juga

ditemukan keluhan pengunjung terhadap keamanan di Stasiun Lambuang, seperti adanya kehilangan gas untuk memasak oleh beberapa penjual. Jika permasalahan tersebut tidak segera diselesaikan maka dikhawatirkan pengunjung Stasiun Lambuang berkurang dan membuat *destination image* Stasiun Lambuang menjadi buruk. Oleh karena itu, penulis menganggap penting untuk meneliti hal ini dan mencari solusi dari permasalahan yang ada. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian dengan judul "Analisis *Destination image* Stasiun Lambuang Sebagai Objek Wisata Kuliner Kota Bukittinggi"

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Reyes & Dael (2023), citra destinasi (*destination image*) adalah persepsi dan keyakinan yang terbentuk berdasarkan informasi yang diproses dalam periode tertentu dari berbagai sumber. Proses ini menghasilkan representasi mental dari manfaat yang diharapkan atau karakteristik dari destinasi tertentu. *Destination image* mengacu pada persepsi, pemikiran, keyakinan, dan sikap yang terkait dengan karakteristik tertentu dari suatu destinasi (Song et al., 2017).

Dalam penelitian ini menggunakan indikator : (a) *Quality of Experiences*, (b) *Tourist Attractions*, (c) *Environment and Infrastructure*, (d) *Entertainment and Outdoor Activities*, (e) *Cultural Traditions*, (f) Sumber Daya Pariwisata, (g) Fasilitas, (h) Faktor Pendukung, (i) Lingkungan Pariwisata, (j) Kualitas Pelayanan, (k) *Cognitive Image*, (l) *Unique Image*, dan (m) *Affective Image* (Harun et al., 2018; Moreira & Iao, 2014; Hailin Qu et al., 2016).

Faktor-faktor yang menyebabkan terbentuknya *destination image* menurut Wall di Ismayanti (dalam Hurriyati, 2015) yaitu profil wisatawan, kesadaran akan perjalanan, karakteristik tujuan wisata, dan sifat perjalanan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu deskriptif kuantitatif, yang digunakan untuk menganalisis bagaimana *destination image* Stasiun Lambuang. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Stasiun Lambuang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder, dengan teknik sampel *non-probability sampling* menggunakan *judgement sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 130 responden, yang ditentukan berdasarkan rumus Hair. Perhitungan ini didasarkan pada jumlah sampel minimum, yaitu 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Sampel penelitian harus memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu pengunjung Stasiun Lambuang yang sudah pernah melakukan transaksi di Stasiun Lambuang Bukittinggi,

berusia minimal 17 tahun dengan pendidikan minimal SMA atau sederajat. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen, yang terlebih dahulu di analisis validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian di analisis dengan alat bantu SPSS versi 25.00.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas *destination image* yang peneliti lakukan disimpulkan bahwa terdapat 39 butir pernyataan yang disajikan, didapatkan semua nilai R. Hitung sudah signifikansi $\leq 0,05$. Sehingga semua pernyataan dalam penelitian ini sudah valid.

Hasil uji reliabilitas *destination image* mendapatkan menghasilkan *alpha cronbach* sebesar 0,976. Sehingga semua instrumen dalam penelitian ini sudah reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,976	39

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2025

B. Deskripsi Data

Destination image terdiri dari 13 indikator dan 39 item pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini melibatkan 130 responden yang berpartisipasi yang dilakukan di Stasiun Lambuang Bukittinggi. Berikut deskripsi data hasil penelitian :

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel *Destination image*

Statistics		
Destinatin Image		
N	Valid	130
	Missing	0
Mean		171,42
Std. Error of Mean		1,893
Median		176,00
Mode		175
Std. Deviation		21,583
Variance		465,842
Range		123
Minimum		68
Maximum		191
Sum		22284

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 25.00, 2025

Hasil penelitian menunjukkan variabel *destination image* memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 171,42, skor tengah (*median*) sebesar 176,00, skor yang sering muncul (*mode*) sebesar 175, simpang baku (*standar deviation*) sebesar 21,583, *range* sebesar 123, *variance* sebesar 465,842, skor terendah (*minimum*) sebesar 68 dan skor tertinggi (*maximum*) sebesar 191.

Berdasarkan hasil olahan data, diketahui bahwa *destination image* Stasiun Lambuang tergolong kategori sangat baik, dengan rata-rata persentase nilai TCR sebesar 87,91%. *Destination image* terdiri atas 13 indikator. (1) *Quality of Experiences* dengan nilai TCR sebesar 82,97% termasuk kategori baik, (2) *Tourist Attractions* dengan nilai TCR sebesar 86,97% termasuk kategori sangat baik, (3) *Environment and Infrastructure* dengan nilai TCR sebesar 86,87% dengan kategori sangat baik, (4) *Entertainment and Outdoor Activities* dengan nilai 88,36% termasuk kategori sangat baik, (5) *Cultural Traditions* dengan nilai TCR sebesar 88,21% rmasuk dalam kategori sangat baik, (6) Sumber Daya Pariwisata dengan nilai TCR sebesar 88,36% juga termasuk dalam kategori sangat baik, (7) Fasilitas dengan nilai TCR sebesar 87,70% berada dalam kategori sangat baik, (8) Faktor Pendukung dengan nilai TCR sebesar 87,94% termasuk kategori sangat baik, (9) Lingkungan Pariwisata dengan nilai TCR sebesar 89,49% digolongkan kategori sangat baik, (10) Kualitas Pelayanan dengan nilai TCR sebesar 89,18% tergolong sangat baik, (11) *Cognitive Image* dengan nilai TCR sebesar 88,41% masuk dalam kategori sangat baik, (12) *Unique Image* dengan nilai TCR sebesar 89,13% tergolong sangat baik, dan (13) *Affective Image* dengan nilai TCR sebesar 89,17% juga termasuk dalam kategori sangat baik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata TCR untuk *Destination image* pada penelitian ini sebesar 87,91% yang termasuk kategori sangat baik.

C. Pembahasan

1. *Quality Of Experiences*

Quality Of Experiences yang dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Stasiun Lambuang Bukittinggi dikategorikan baik dengan persentase sebesar 82,97%, hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner yang telah disebar, di mana mayoritas pengunjung memberikan penilaian positif terhadap pengalaman yang didapatkan. Menurut Majid et al. (2021), standar kualitas pengalaman yang baik melibatkan penyediaan layanan atau produk yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi harapan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Stasiun Lambuang Bukittinggi adalah destinasi wisata kuliner yang nyaman dan santai, ideal untuk dikunjungi bersama keluarga. Dengan suasana tertata, panorama Gunung Marapi,

dan udara sejuk, tempat ini menawarkan pengalaman kuliner yang autentik. Keikutsertaan masyarakat lokal dalam mengelola kuliner menambah daya tariknya, menciptakan suasana interaktif bagi pengunjung. Akses ke Stasiun Lambuang juga mudah, dengan berbagai pilihan akomodasi di sekitarnya, seperti Kharisma Hotel, Nikita Hotel, dan Hotel Yuriko yang berjarak 400 meter, menjadikannya lokasi strategis untuk menikmati wisata Bukittinggi.

2. *Tourist Attractions*

Tourist Attractions Stasiun Lambuang dikategorikan sangat baik dengan nilai 86,97% yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi dari pengunjung. Menurut Nasrullah et al. (2023), standar daya tarik wisata yang baik meliputi beberapa aspek penting. Pertama, atraksi (*attractions*) yang unik dan autentik, seperti keindahan alam, warisan budaya, atau fasilitas rekreasi yang menarik. Kedua, amenitas (*amenities*) yang memadai, termasuk fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, dan layanan informasi yang berkualitas. Ketiga, aksesibilitas (*accessibility*) yang baik, yaitu kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai lokasi wisata melalui infrastruktur transportasi yang memadai.

Stasiun Lambuang menawarkan beragam pilihan kuliner, dari camilan ringan seperti bola-bola ubi, kebab, dan *churros* hingga hidangan berat seperti pecel ayam, nasi kapau, dan *seafood*. Pengunjung juga dapat menikmati aneka minuman segar, termasuk jus buah, teh talua, dan *bubble tea*, menjadikannya tempat yang cocok untuk berbagai selera. Selain beragam kuliner, Stasiun Lambuang juga menghadirkan *live music* yang dibawakan oleh *band* lokal, menambah suasana semakin nyaman dan santai. Pengunjung dapat menikmati makanan sambil bersantai dengan alunan musik, bahkan berkesempatan untuk ikut bernyanyi. Hal ini menjadikan pengalaman di Stasiun Lambuang lebih interaktif dan berkesan.

3. *Environment and Infrastructure*

Environment and Infrastructure di Stasiun Lambuang dikategorikan sangat baik dengan rata-rata sebesar 86,87%. Penilaian ini menunjukkan bahwa lingkungan di sekitar Stasiun Lambuang telah memenuhi standar yang tinggi dalam hal kebersihan, aksesibilitas, keamanan, serta kenyamanan bagi para pengunjung. Menurut Eddyono (2021), lingkungan dan infrastruktur yang baik dalam pariwisata meliputi beberapa aspek penting. Pertama, infrastruktur dasar seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum harus tersedia dan terpelihara dengan baik untuk memastikan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Kedua, pengelolaan lingkungan yang efektif diperlukan untuk menjaga kelestarian sumber daya alam dan budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi wisata.

Stasiun Lambuang Bukittinggi memiliki lingkungan yang bersih, nyaman, dan dilengkapi fasilitas pendukung bagi pengunjung. Area yang luas dengan udara terbuka serta

tempat duduk yang nyaman menciptakan suasana santai. Tingkat kebisingan yang rendah menambah kenyamanan, sementara infrastruktur seperti tempat parkir yang memadai dan tempat sampah yang tersebar meningkatkan kenyamanan pengunjung. Area meja dan kursi berbentuk gazebo serta penerangan yang baik memungkinkan pengalaman bersantai yang menyenangkan, bahkan di malam hari. Keunikan arsitektur Rumah Gadang Kajang Padati juga menjadi daya tarik tersendiri bagi Stasiun Lambuang.



Gambar 1. Arsitektur Stasiun Lambuang

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2025

4. Entertainment and Outdoor Activities

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, sebanyak 88,36% pengunjung menilai *entertainment and outdoor activities* di Stasiun Lambuang sangat baik. Ini menunjukkan bahwa banyak orang merasa puas dengan berbagai kegiatan yang tersedia, seperti menikmati pertunjukan budaya atau sekadar bersantai di area terbuka yang nyaman. Entertainment and outdoor activities dianggap baik jika memenuhi beberapa kriteria yang mendukung pengalaman positif bagi pengunjung. Ruang publik dikatakan berhasil jika memenuhi empat kriteria utama yang mendukung kualitas ruang terbuka publik, yaitu aksesibilitas, kenyamanan, aktivitas, dan interaksi sosial (Mandy et al., 2019). Kriteria ini dimiliki oleh Stasiun Lambuang sebagai objek wisata kuliner di Kota Bukittinggi.

Entertainment and outdoor activities di Stasiun Lambuang Bukittinggi menawarkan berbagai kegiatan menarik yang memperkaya pengalaman pengunjung. Tersedia area duduk yang nyaman di ruang terbuka, memungkinkan pengunjung untuk bersantai sambil menikmati suasana. Selain itu, pengunjung juga dapat menikmati pertunjukan seni, seperti pertunjukan *live music*, musik tradisional, dan tarian tradisional. Pertunjukan musik tradisional dan tarian tradisional biasanya dipertunjukkan ketika ada acara yang dilakukan di Stasiun Lambuang. Fasilitas pendukung *Entertainment and outdoor activities* di Stasiun Lambuang seperti

panggung kecil untuk pertunjukan seni dan spot foto dengan dekorasi khas Minangkabau menambah daya tarik tempat ini sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya.

5. Cultural Traditions

Cultural traditions yang dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Stasiun Lambuang Bukittinggi dikategorikan sangat baik, hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner yang telah disebar dan mendapatkan persentase 88,21%. Ini menunjukkan bahwa banyak orang merasa puas dengan suasana budaya yang kental, seperti dekorasi khas Minangkabau, pertunjukan seni tradisional, dan cara penyajian makanan yang tetap mempertahankan nilai-nilai budaya daerah. Menurut Cohen (2019) tradisi budaya yang autentik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan memberikan nilai tambah pada kunjungan mereka. Wisatawan tidak hanya tertarik pada keindahan alam tetapi juga pada kekayaan budaya yang ditawarkan oleh destinasi.

Stasiun Lambuang memiliki sejarah yang menarik yang menambah daya tarik bagi para pengunjung. Dulunya Stasiun Lambuang adalah Stasiun Kereta Api Bukittinggi yang sudah berhenti beroperasi dan diubah menjadi pusat kuliner modern dengan 116 gerai UMKM. Tidak hanya menawarkan berbagai hidangan khas Minangkabau, tetapi Stasiun Lambuang juga menjadi wadah pelestarian tradisi budaya setempat. Salah satu contohnya adalah pemilihan warna hitam, merah, dan kuning pada jembatan yang berbentuk gonjong Rumah Gadang di Stasiun Lambuang ini, yang mencerminkan lambang adat Minangkabau.



Gambar 2. Salah Satu Gapura di Stasiun Lambuang

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2025

6. Sumber Daya Pariwisata

Berdasarkan hasil penelitian, Stasiun Lambuang memiliki Sumber Daya Pariwisata yang sangat baik, dengan nilai sebesar 88,36%. Hal ini menunjukkan bahwa Stasiun Lambuang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan. Fasilitas yang lengkap, kebersihan,

kenyamanan, serta keberagaman kuliner khas Minangkabau menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Barreto & Giantari, 2015).

Stasiun Lambuang telah berhasil mengembangkan potensi pariwisatanya melalui desain, suasana, dan lokasi yang strategi, terlihat dari hasil penelitian di mana mayoritas pengunjung memberikan penilaian positif terhadap Sumber Daya Pariwisata Stasiun Lambuang. Stasiun Lambuang tetap mempertahankan unsur arsitektur lama yang dikombinasikan dengan konsep modern, menciptakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Suasana nyaman dengan meja dan bangku yang tertata rapi, serta hiburan musik yang dipertunjukkan secara langsung (*live music*), semakin menambah pengalaman berwisata kuliner. Selain itu, lokasinya yang berada di pusat kota, dekat dengan Tugu Polwan dan Lapangan Kantin, memudahkan akses pengunjung ke Stasiun Lambuang.

7. Fasilitas

Fasilitas yang dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Stasiun Lambuang Bukittinggi dikategorikan sangat baik, hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner yang telah disebarakan, di mana mayoritas pengunjung memberikan penilaian positif terhadap fasilitas yang didapatkan. Menurut Nur Jannah (2021), fasilitas pelengkap terdiri atas fasilitas pokok seperti toilet umum, tempat ibadah, pemandu wisata, dan pusat informasi harus tersedia dan berfungsi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan. Fasilitas pendukung yang memadai, seperti area parkir yang luas, tempat duduk yang nyaman, dan fasilitas kebersihan yang terjaga, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung (Zebua, 2018).

Stasiun Lambuang dilengkapi berbagai fasilitas untuk kenyamanan pengunjung, seperti tempat sampah di berbagai titik, area parkir teratur untuk kendaraan roda dua, roda empat, dan bus, serta sistem *drop-off* yang memastikan kelancaran lalu lintas. Tersedia banyak tempat duduk, toilet bersih dengan wastafel, pusat informasi, serta petunjuk arah di setiap lantai. Pengunjung juga dapat beribadah di masjid yang bersebelahan dengan stasiun. Selain itu, area komunal di Blok C dan panggung pertunjukan sering digunakan untuk acara budaya, menjadikan pengalaman di Stasiun Lambuang semakin nyaman dan berkesan.

Tabel 3. Fasilitas di Stasiun Lambuang

No.	Jenis Fasilitas	Kondisi
-----	-----------------	---------

1	Tempat sampah	
2	Area Parkir	
3	Tempat duduk dan meja	
4	Toilet	

No.	Jenis Fasilitas	Kondisi
5	Pusat informasi	
6	Petunjuk arah	
7	Mesjid terdekat	

8	Area Komunal	
9	Panggung Pertunjukan	

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2025

8. Faktor Pendukung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung di Stasiun Lambuang mencapai nilai 87,94%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Salah satu faktor utama yang berperan dalam tingginya nilai ini adalah aksesibilitas transportasi yang memadai. Lokasi Stasiun Lambuang yang strategis di pusat kota Bukittinggi memudahkan wisatawan untuk mengaksesnya, baik menggunakan kendaraan pribadi, transportasi umum, maupun layanan transportasi online. Jalan utama di sekitar Stasiun Lambuang juga mendukung kelancaran arus kendaraan, dengan area parkir yang cukup luas untuk menampung pengunjung. Fasilitas objek wisata sebagai faktor pendukung kegiatan pariwisata tidak dapat diabaikan. Kekuatan daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu objek wisata mungkin tidak akan berarti tanpa adanya fasilitas pendukung yang memadai (Febryano & Rusita, 2018). Faktor pendukung utama dalam pengembangan objek wisata meliputi atraksi yang menarik, aksesibilitas yang baik, fasilitas pendukung yang memadai, partisipasi aktif masyarakat, dan strategi promosi yang efektif (Ilmam & Rizalullael, 2024). Selain itu, perkembangan media komunikasi Stasiun Lambuang juga berjalan dengan baik. Meskipun tidak memiliki akun media sosial resmi, Stasiun Lambuang tetap dikenal luas berkat unggahan para pengunjung di berbagai platform. Video, foto, dan ulasan mereka membantu memperkenalkan tempat ini, menampilkan suasana, kuliner, serta fasilitas yang tersedia, sehingga semakin menarik minat wisatawan.

9. Lingkungan Pariwisata

Lingkungan pariwisata yang dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Stasiun Lambuang Bukittinggi dikategorikan sangat baik dengan persentase 89,49%. Capaian ini mencerminkan bahwa kondisi lingkungan di Stasiun Lambuang telah dikelola dengan baik, sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi pengunjung. Lingkungan pariwisata yang

baik adalah lingkungan yang dikelola secara berkelanjutan, dengan mempertimbangkan keseimbangan antara aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya (Sulistiyadi et al., 2021). Pariwisata yang berkelanjutan menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal, menjaga proses ekologis, serta membantu konservasi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati (Kachniewska, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian, lingkungan pariwisata di Stasiun Lambuang Bukittinggi memiliki kualitas yang sangat baik, ditandai dengan kebersihan yang terjaga serta pengelolaan lingkungan yang optimal. Sistem pengelolaan sampah yang diterapkan di Stasiun Lambuang juga berjalan dengan baik, mencakup pemilahan dan pembuangan sampah yang teratur, sehingga lingkungan tetap bersih dan nyaman bagi pengunjung. Kebersihan yang terjaga ini tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga menciptakan pengalaman berkunjung yang lebih positif, membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan enggan untuk segera meninggalkan Stasiun Lambuang.



Gambar 3. Lingkungan Stasiun Lambuang

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2025

10. Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Stasiun Lambuang memperoleh nilai sebesar 89,18%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pengunjung. Pelayanan tersebut menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pengunjung. Menurut Pasuraman (dalam Sinollah & Masruro, 2019) kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan, apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak. Standar kualitas pelayanan yang baik di sebuah objek wisata harus memenuhi berbagai aspek yang berorientasi pada kepuasan pengunjung,

mencakup *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (keyakinan), dan *emphaty* (empati) (Sinollah & Masruro, 2019).

Kualitas pelayanan di Stasiun Lambuang sudah cukup baik, dengan para penjual yang melayani pelanggan dengan ramah dan sabar. Penjual juga responsif dan komunikatif dalam memberikan pelayanan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan nyaman saat berinteraksi. Selain itu, penjual memberikan penjelasan yang jelas mengenai menu yang tersedia, membantu pelanggan dalam memilih makanan sesuai selera. Namun, ketika ada *event* besar yang menyebabkan keramaian di Stasiun Lambuang, penjual sering kali kewalahan karena tingginya jumlah pelanggan yang harus dilayani. Kondisi ini dapat menyebabkan penjual terlihat lebih cuek dan kurang ramah dibanding biasanya, karena kelelahan akibat tekanan dalam melayani banyak pelanggan sekaligus. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan secara umum baik, ada faktor eksternal seperti tingkat kepadatan pengunjung yang dapat memengaruhi sikap dan respons penjual dalam memberikan pelayanan.

11. Cognitive Image

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stasiun Lambuang memiliki *cognitive image* yang tergolong dalam kategori sangat baik, dengan perolehan persentase sebesar 88,41%. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan pengunjung selama berada di Stasiun Lambuang telah sesuai dengan ekspektasi. Stasiun Lambuang mampu menciptakan kesan positif di mata pengunjung, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung. Selain itu, citra yang baik ini juga mendorong pengunjung untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap kualitas layanan, suasana, serta fasilitas yang tersedia di Stasiun Lambuang. *Cognitive image* yang positif terbentuk ketika wisatawan memiliki penilaian yang baik terhadap atribut-atribut nyata yang dimiliki oleh destinasi tersebut, seperti keindahan alam, fasilitas, aksesibilitas, dan atraksi budaya, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Novrianda & Shar, 2022)

12. Unique Image

Berdasarkan hasil penelitian *unique image* di Stasiun Lambuang memperoleh persentase sebesar 89,13%, yang tergolong kategori sangat baik, hal ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden, yang mencerminkan apresiasi tinggi terhadap daya tarik visual, konsep, serta karakteristik khas yang membedakan Stasiun Lambuang dari

destinasi lainnya. Citra unik suatu kota, seperti variasi atraksi wisata, lingkungan sosial budaya, ketersediaan infrastruktur kota, aneka hiburan yang tersedia, kesejukan udara, dapat menciptakan kesan positif bagi pengalaman wisatawan dan menjadi faktor yang mempengaruhi untuk mengunjungi kembali (Syarifuddin, 2018).

Stasiun Lambuang memiliki citra unik yang sesuai dengan harapan pengunjung, membedakannya dari destinasi wisata lain melalui perpaduan warisan sejarah dan sentuhan modern. Berlokasi strategis di dekat ikon wisata seperti Jam Gadang dan Ngarai Sianok, destinasi ini tidak hanya menawarkan pengalaman kuliner khas, tetapi juga akses mudah ke panorama alam yang menakjubkan. Identitas budaya Minangkabau tercermin kuat dalam arsitektur Stasiun Lambuang, dengan atap bergonjong dan ornamen ukiran tradisional yang menciptakan suasana autentik dan memikat. Transformasi dari bekas stasiun kereta api menjadi pusat kuliner modern semakin memperkaya daya tariknya, mempertahankan nilai sejarah sambil menghadirkan pengalaman wisata yang berbeda dan eksklusif, sehingga menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara.



Gambar 4. Atap Bergonjong Stasiun Lambuang

Sumber : Dokumentasi Penelitian, 2025

13. Affective Image

Berdasarkan hasil analisis terhadap kuesioner yang disebarkan kepada responden, diperoleh data mengenai *affective image* Stasiun Lambuang yang mencapai angka 89,17%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap *affective image* Stasiun Lambuang. Pendekatan afektif berkaitan dengan perasaan dan persepsi yang muncul karena suatu destinasi wisata (Isa & Ramli, 2014).

Affective image Stasiun Lambuang mendapat respons positif yang signifikan dari responden, yang mengungkapkan perasaan menyenangkan, membangkitkan, santai, dan menarik saat berada di Stasiun Lambuang. Keempat aspek ini mencerminkan elemen-elemen

emosional kuat yang dihadirkan oleh Stasiun Lambuang, di mana suasana yang nyaman dan tenang berhasil menciptakan pengalaman yang membangkitkan perasaan positif bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian Quynh et al. (2021) menyatakan bahwa citra emosional positif dari suatu tempat dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan berpotensi menciptakan niat kunjungan kembali. Dengan kata lain, Stasiun Lambuang berhasil mengembangkan *affective image* yang tidak hanya memenuhi fungsi fungsionalnya, tetapi juga menyentuh aspek emosional pengunjung, menjadikannya sebagai tempat yang tidak hanya menarik untuk dilalui, tetapi juga menyenangkan untuk dikunjungi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa :

- a. *Quality of Experiences* yang dirasakan oleh pengunjung objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 82,97%, yang tergolong dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa suasana, pemandangan, warga lokal dan akomodasi yang ditawarkan mampu memenuhi harapan dan kepuasan pengunjung dengan baik.
- b. *Tourist Attractions* yang dimiliki oleh objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 86,97%, yang masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa keberagaman kuliner, ramah anak dan daya tarik sejarah mampu menarik minat wisatawan dengan sangat baik, sehingga meningkatkan kepuasan dan ketertarikan untuk berkunjung.
- c. *Environment and Infrastructure* yang dimiliki oleh objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 86,87%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan yang bersih, mudah diakses, lingkungan yang aman dan infrastruktur di Stasiun Lambuang yang memadai berkontribusi dalam menciptakan pengalaman wisata kuliner yang menyenangkan dan berkesan bagi para wisatawan.
- d. *Entertainment and Outdoor Activities* yang ada di objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 88,36%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan aktivitas luar ruangan yang disediakan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan serta melebihi ekspektasi pengunjung dalam hal hiburan dan kenyamanan saat berada di Stasiun Lambuang.
- e. *Cultural Traditions* pada objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 88,21%, yang tergolong dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa

unsur budaya dan tradisi yang dihadirkan dalam wisata kuliner Stasiun Lambuang mampu memberikan pengalaman autentik dan bernilai bagi pengunjung.

- f. Sumber Daya Pariwisata pada objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 88,36%, yang tergolong dalam kategori sangat baik. Capaian ini menunjukkan bahwa potensi dan pemanfaatan sumber daya pariwisata seperti desain, suasana ataupun lokasi yang dijadikan objek wisata di Stasiun Lambuang telah dikelola dengan optimal, sehingga mampu mendukung pengalaman wisata yang berkualitas.
- g. Fasilitas yang ada di objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 87,70%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Pencapaian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia di Stasiun Lambuang seperti tempat parkir, toilet, tempat sampah, pusat informasi, mesjid terdeka lain fasilitas lainnya mampu mendukung kenyamanan dan kepuasan pengunjung dengan optimal.
- h. Faktor Pendukung yang ada di objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 87,94%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa berbagai elemen pendukung, seperti aksesibilitas, transportasi, media komunikasi serta layanan tambahan di Stasiun Lambuang, telah dikelola dengan sangat baik, sehingga menciptakan pengalaman wisata kuliner yang lebih optimal dan menyenangkan.
- i. Lingkungan Pariwisata yang dirasakan oleh pengunjung objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 89,49%, yang tergolong dalam kategori sangat baik. Capaian ini menunjukkan bahwa aspek lingkungan wisata di Stasiun Lambuang dikelola dengan optimal, menciptakan suasana yang nyaman, bersih, dan mendukung pengalaman wisata yang positif bagi pengunjung sehingga meningkatkan daya tarik Stasiun Lambuang sebagai tempat wisata kuliner yang berkualitas.
- j. Kualitas Pelayanan yang dirasakan oleh pengunjung objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 89,18%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Meskipun demikian, saat terjadi event besar yang menyebabkan lonjakan jumlah pengunjung, para penjual sering kali mengalami kesulitan dalam mengelola banyaknya pelanggan yang harus dilayani. Hal ini berdampak pada penurunan sikap ramah dan perhatian yang biasanya ditunjukkan, karena kelelahan akibat tekanan yang dihadapi dalam melayani sejumlah besar pengunjung secara bersamaan. Dengan demikian, meskipun kualitas pelayanan umumnya sangat baik, adanya keramaian dapat mempengaruhi pengalaman pelayanan yang dirasakan pengunjung.

- k. *Cognitive Image* objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 88,41%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif wisatawan terhadap berbagai aspek fungsional dan fisik di Stasiun Lambuang sangat kuat. Keberagaman kuliner autentik, kenyamanan area makan yang luas dan tertata rapi, serta kemudahan akses berkat lokasi strategis di pusat Bukittinggi, membuat Stasiun Lambuang berhasil menciptakan pengalaman wisata kuliner yang memuaskan bagi pengunjung.
- l. *Unique Image* objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 89,13%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menandakan bahwa Stasiun Lambuang berhasil menciptakan citra unik yang memadukan nilai sejarah dan elemen modern, menghadirkan suasana yang memikat dan berbeda, dan memperkuat daya tariknya di mata pengunjung.
- m. *Affective Image* objek wisata kuliner Stasiun Lambuang memperoleh nilai TCR sebesar 89,17%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menggambarkan bahwa pengunjung merasakan pengalaman emosional yang sangat positif, seperti perasaan menyenangkan, membangkitkan, santai, dan menarik selama berada di Stasiun Lambuang. Keempat aspek tersebut mencerminkan suasana yang nyaman, tenang dan memperkuat daya tarik emosional bagi pengunjung, menjadikan Stasiun Lambuang sebagai tempat yang memuaskan secara emosional.
- n. Secara keseluruhan sebagai objek wisata kuliner, *Destination Image* Stasiun Lambuang termasuk kategori sangat baik dengan persentase rata-rata nilai TCR sebesar 87,91%.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan beberapa saran yaitu :

- a. Peningkatan kualitas fasilitas sangat penting seperti kebersihan area makan agar pengunjung merasa nyaman saat menikmati kuliner di Stasiun Lambuang. Selain itu, sistem pembuangan air harus berfungsi dengan baik untuk menghindari genangan yang dapat mengganggu kenyamanan. Pencahayaan yang memadai juga perlu diperhatikan guna menciptakan suasana yang aman dan nyaman, terutama pada malam hari.
- b. Sistem pemesanan yang lebih efisien akan membantu wisatawan dalam memilih makanan dengan mudah dan cepat. Penggunaan papan menu terpusat atau sistem digital dapat mengurangi antrean dan kebingungan dalam memesan makanan. Hal ini juga dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dalam menikmati wisata kuliner tanpa harus menunggu terlalu lama.

- c. Para penjual perlu diberikan pelatihan dalam hal keramahan dan pelayanan pelanggan agar dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengunjung. Dengan sikap yang ramah dan profesional, wisatawan akan merasa lebih dihargai dan tertarik untuk kembali berkunjung ke Stasiun Lambuang.
- d. Pembuatan akun media sosial resmi dapat menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan Stasiun Lambuang kepada lebih banyak orang. Dengan membagikan informasi seputar kuliner, testimoni pengunjung, serta berbagai kegiatan menarik, citra destinasi ini akan semakin dikenal luas.

6. DAFTAR REFERENSI

- Barreto, M., & Giantari, I. G. A. K. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(11).
- Cohen, E. (2019). Tourism and identity: A comparative perspective. *Tourism Management Perspectives*, 30, 203–211.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Edisi Pertama). Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Febryano, I. G., & Rusita, R. (2018). Perception of Tourist Development Based Tourism Conservation Education of Sumatran Elephant (*Elephas maximus sumatranus*). *Journal of Natural Resources and Environmental Management*, 8(3), 376–382. <https://doi.org/10.29244/jpsl.8.3>
- Hailin Qu, et al., (2016). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Harun, A., Obong, A., Kassim, A. W. M., & Lily, J. (2018). The Effects of Destination Image and Perceived Risk on Revisit Intention: A Study in the South Eastern Coast of Sabah, Malaysia. *E-Review of Tourism Research (eRTR)*, 15(6).
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra Destinasi: Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 96–108. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.4246>
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ilda, A., & Murwatingsih. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 5(3).
- Ilmam, M. A. Z., & Rizalullael, M. N. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Alam Bendungan Penimpoh di Desa Barabali, Lombok Tengah. *Jurnal SIKAP (Solusi Ilmiah Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 12(2).
- Isa, S. M., & Ramli, L. (2014). Factors influencing tourist visitation in marine tourism: Lessons learned from FRI Aquarium Penang, Malaysia. *International Journal of Culture*,

- Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 103–117. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0016>
- Kachniewska, M. A. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 500–515. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0028>
- Majid, A., Achmad, F., Eka Oktavianti, A., & Anda Rista, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research*, 2(1).
- Mandy, J. C., Yudono, A., & Akil, A. (2019). Persepsi Pengunjung terhadap Kualitas Ruang Terbuka Publik di Kota Makassar (Studi Kasus: Lapangan Emmy Saelan). *Jurnal Wilayah dan Kota Maritim*, 7(1).
- Moreira, P., & Iao, C. (2014). A Longitudinal Study on the Factors of *Destination image*, Destination Attraction and Destination Loyalty. *International Journal of Social Sciences*, 3(3).
- Nasrullah, N., Widodo, M. L., Yuniarti, E., & Suryani, W. (2023). *Perencanaan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Novrianda, H., & Shar, A. (2022). Kepuasan Wisatawan Dari Perspektif Citra Destinasi (Studi pada Destinasi Pariwisata di Provinsi Bengkulu). *Creative Research Management Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3101>
- Nur Jannah, D. (2021). Fasilitas Hotimart Agro Center Sebagai Daya Tarik Wisatawan Di Kabupaten Semarang. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9(3), 9–16. <https://doi.org/10.35814/tourism.v9i3.2136>
- Quynh, N., Hoai, N. T., & Loi, N. V. (2021). The role of emotional experience and *destination image* on ecotourism satisfaction. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 312–332. <https://doi.org/10.1108/SJME-04-2020-0055>
- Sinollah, S., & Masruro, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual – Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Dialektika*, 4(1).
- Song, H.-M., Kim, K.-S., & Yim, B. H. (2017). The mediating effect of place attachment on the relationship between golf tourism *destination image* and revisit intention. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11). <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1377740>
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021). *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Bandar Lampung: Anugrah Utama Raharja.
- Syarifuddin, D. (2018). Nilai Citra Kota Dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2).
- Yusuf, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan *Destination image* Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Pariwisata Syariah Di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 17(2).
- Zebua, F. N. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Planologi Unpas*, 5(1), 897. <https://doi.org/10.23969/planologi.v5i1.926>