

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *destination image* dan *perceived value* terhadap *destination loyalty* wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory* yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh suatu variabel dalam situasi tertentu.

Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan statistik deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah melalui program *smart-PLS* (*partial least square*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi dengan usia diatas 17 tahun dan pernah mengunjungi Bukittinggi minimal satu kali perjalanan. Teknik pengambilan sampel adalah metode *purposive* (*purposive sampling*), ukuran sampel yang digunakan sebanyak 215 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *destination image* berpengaruh positif terhadap *perceived value* dan *destination loyalty*, dan *perceived value* juga berpengaruh positif terhadap *destination loyalty* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi. Semakin baik *destination image* kota Bukittinggi maka *perceived value* dan *destination loyalty* wisatawan nusantara juga akan semakin meningkat, dan semakin baik *perceived value* maka *destination loyalty* wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bukittinggi juga akan semakin meningkat.

Kata kunci: *Destination Image* (DI), *Perceived Value* (PV), dan *Destination Loyalty* (DL)

