

## ABSTRAK

Keunikan Kota Semarang terlihat dari berbagai jenis objek wisata yang dapat ditemui wisatawan saat berkunjung ke Kota Semarang, khususnya pada wisata warisan budaya (*cultural heritage*). Namun, dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, Kota Semarang sebagai salah satu ibukota provinsi masih kurang kompetitif dibandingkan destinasi wisata lain. Terlihat dari tingkat kunjungan wisatawan yang masih lebih rendah dibandingkan ibukota provinsi lain di Jawa. Hal ini diikuti dengan jumlah pertumbuhan jumlah wisatawan ke Kota Semarang yang tidak dibarengi dengan pertumbuhan pendapatan yang diterima; meskipun strategi peningkatan kualitas layanan dan loyalitas oleh Dinas Pariwisata sudah dilakukan. Selain fenomena tersebut, didapati pula adanya temuan dari beberapa penelitian terdahulu dengan hasil yang kontradiktif antara kualitas layanan dan loyalitas. Berawal dari fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, tujuan penelitian ini adalah membangun sebuah model penelitian empirik untuk mengatasi kesenjangan antara kualitas layanan destinasi dan loyalitas destinasi untuk menghasilkan wisatawan loyal terhadap destinasi warisan budaya Kota Semarang, melalui konsep citra destinasi dan kongruitas diri.

Pertama, model kerangka pemikiran dikembangkan antara kualitas layanan tujuan, citra tujuan, kongruitas diri dan loyalitas tujuan berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya. Kedua, data didapatkan dari 125 responden dengan memberikan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Responden adalah wisatawan domestik yang pernah mengunjungi destinasi wisata warisan budaya di Kota Semarang sebelumnya. Ketiga, data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif dan struktural menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) 24.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa citra tujuan dan kongruitas diri memperkuat hubungan antara kualitas layanan tujuan dan loyalitas tujuan secara signifikan dan positif. Kualitas layanan destinasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra destinasi, citra destinasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kongruitas diri, dan kongruitas diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas destinasi. Di sisi lain ditemukan bahwa gambar tujuan tidak signifikan dan memiliki efek negatif pada loyalitas tujuan. Implikasi manajerial penelitian ini dapat menjadi pertimbangan Dinas Pariwisata saat akan membuat kebijakan di destinasi warisan budaya Kota Semarang.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan Destinasi, Citra Destinasi, Kongruitas Diri, Loyalitas Destinasi.