

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati, & Puspasari, C. (2018). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 11–17.
- Alif, M., & Warsono, H. (2019). Analisis Pengembangan E-Government Dalam Penyediaan Akses Informasi Di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Jl.*, 8(4), 510–524.
- Andriani, K. (2017). *INTEGRATING THE CONCEPTS OF CITY BRANDING AND TOURISM EVENT ON BEHAVIOURAL INTENTION IN DOMESTIC URBAN TOURISM*. 5(May), 107–115.
- Arevin, A. T. (2024). *The Effect of Tourism Facilities and Service Quality on Return Intention through Visitor Satisfaction*. 05(02), 97–108.
- Aulina, N. U., & Sari, R. P. (2021). Peran Promosi Dalam Meningkatkan Wisata Di Pendestrian Kota Palembang. *Rizka. Peran Promosi JPD*, 1(1), 1–7.
- Bujung, G. E. A., Liestiandre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Daya Tarik Wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 1(1), 40–52. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i1.1032>
- Dayat, M. (2019). *STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREKUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN*. 1, 299–318.
- Falahiyah, F., Syarifudin, E., & Hanafi, H. (2023). The influence factors of pilgrim's satisfaction and its impact toward pilgrim's intention to revisit (wisata religi). *Journal on Education*, 6(1), 571–579. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.2968>
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT*.

- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Levis, R. L. (2013). *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Ledalero.
- Lewar, S. D., & Setiawan, B. (2025). *Pengembangan Destinasi Wisata di Larantuka, Flores Timur, Nusa Tenggara Timur*. 2(4), 7154–7162.
- Malikhah, S., Fadhilah, M., & Welsa, H. (2023). Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1814. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479>
- Maria Nabila Rumlus, N. E. (2024). Wisata Kuliner; Kepuasan Wisatawan; Fasilitas Utama; Fasilitas Penunjang; Fasilitas Pendukung. *Journal of Tourism*, 1(1), 1–14. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/jothh/article/view/2584/1789>
- Masriah, I., Ingkadijaya, R., & Mumin, A. (2024). The influence of tourism facilities and attractions on revisit intentions with visitor satisfaction as an intervening variable (A study on Kampung AEWOW Mulyaharja Bogor). *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 8(2), 109–124. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v8i2.109-124>
- Oliver, L. R. (2015). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(1999), 33.
- Panjaitan, S. R. A. M. (2018). Manajemen Pemasaran. *Sukarno Pressindo*, 9(2), 126.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata: kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Andi. https://books.google.pl/books?id=ni4_NwAACAAJ
- Pratiwi, J. E., Fuadi, F., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Mediasi Tourist Satisfaction Dari Pengaruh Memorable Tourism Experience Dan Citra Destinasi Terhadap Revisit Intention Wisatawan Pantai Sebalang, Lampung Selatan Ditinjau Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurbisman*, 15(1), 37–48. <https://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/login?source=%2Findex.php%2Fjurbisman%2Fissue%2Fview%2F742>
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(May), 342–356. <https://doi.org/10.1177/0047287511410321>

- Rahmadani, N. W., Survival, S., & Wulandari, W. (2025). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan serta peran Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3363–3370. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1029>
- Ratih, I. K., & Noer, L. R. (2024). Impact of Tourist Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Bibliometric Review and Content Analysis. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10744–10755. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11263>
- Rehman, A. U., Bashir, S., Mahmood, A., Karim, H., & Nawaz, Z. (2022). Understanding Revisit Intention towards Religious Tourism: The Role of Destination Image, Cultural Contact and Tourist Satisfaction. *PLoS ONE*, 17(2 February), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263652>
- Rosa, P. D., & Pradini, G. (2023). *PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP FASILITAS WISATA RELIGI MASJID ISTIQLAL DI JAKARTA*. 2(1), 31–43.
- Setiawan, H., Shihab, M. S., Marwa, T., & Wahab, Z. (2020). *Exploring Linkage Among Experiential Value, Image of Destination, and Intention to Revisit in Nature Tourism*. 431, 127–132. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200407.022>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (V. 19 (ed.)). ALFABETA.
- Syahputra, H. (2022). *PENGARUH TANGIBLE DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA RELIGI WALISONGO DI PULAU JAWA*. 3(2), 167–186.
- Tampubolon, M. P. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA:(Studi Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Rohani Salib Kasih di Kabupaten Tapanuli Utara). *Komunika*, 13(2), 1–7.
- Tasci, A. D. A., & Kozak, M. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean? *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 299–317. <https://doi.org/10.1177/1356766706067603>
- Tasci, & Gartner. (2007). The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(5), 471–481. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.803393>
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran: Esensi Dan Aplikasi. *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi, February 2017*, 1.
- Verawaty, H., Tangkulung, F., & Tuwo, T. (2024). *Evaluasi English For Tourism Sebagai Sarana Komunikasi di Tempat Wisata Rohani (Bukit Doa Mahawu Tomohon Manado)*. 4(1).

- Wibawana, W. A., & Mahfudz. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 9(3), 1–10.
- Wicaksono, A. (2020). New Normal Yogyakarta Tourism. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(03), 139–150.
- Yoon, & Uysal. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Contemporary Management Research*, 9(2), 169–186. <https://doi.org/10.7903/cmr.11023>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Yussabila, G. Z., & Sutarmin, &. (2025). *Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan : Studi Pada Kabupaten*. 4(2).



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114

Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0163/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Elisabeth Adelia Merdekawati Gani
NIM : 32122012
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Maria Agustin Lopes Amara, SE, MM
2. Engelbertus Gloria Christy Watu, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH FASILITAS WISATA, CITRA
DESTINASI, DAN PROMOSI TERHADAP
KEINGINAN BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN
KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PATUNG MARIA BUNDA
SEGALA BANGSA DI NILO, MAUMERE**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **14% (Empat Belas) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 19 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,

Damianus Dami, S.Ptk.