

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI
WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE
GILI IYANG SUMENEP**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Industri Pariwisata

Oleh.

Astrie Noviyanti

NIM. 2101923

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

LEMBAR HAK CIPTA

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Oleh

Astrie Noviyanti

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Industri Pariwisata

© Astrie Noviyanti 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Astrie Noviyanti

NIM. 2101923

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG
SUMENEP**

Disetujui dan disahkan oleh
Pembimbing 1



Oman Sukirman, S.E, M.M

NIP. 197602192015041001

Pembimbing 2



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M.

NIP. 1982112320060422009

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M.

NIP. 1982112320060422009

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Astrie Noviyanti

Nim : 2101923

Program Studi : Industri Pariwisata

Judul : Analisis Faktor Faktor Kualitas Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Gili Iyang Sumenep

Dengan ini, saya menyatakan bahwa seluruh skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain. Kecuali pada bagian yang dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Sumedang, 13 Mei 2025

Penulis,



Astrie Noviyanti

ABSTRAK
ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG
SUMENEP

Astrie Noviyanti

2101923

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke destinasi wisata Gili Iyang Sumenep, pendekatan yang digunakan kuantitatif dengan metode kuesioner kepada 100 orang responden yang pernah mengunjungi Gili Iyang. Data yang telah didapat lalu dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali dipengaruhi secara positif dan signifikan dari semua faktor kualitas destinasi yaitu atraksi wisata, informasi, fasilitas, layanan, kebersihan, aksesibilitas dan SDM. Faktor SDM memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan loyalitas wisatawan. Sedangkan faktor kebersihan memiliki pengaruh paling rendah, hal ini menunjukkan bahwa aspek kebersihan perlu ditingkatkan. Sehingga persepsi atau kesan baik terhadap kualitas destinasi akan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung. Karena itu meningkatkan kualitas dari masing masing indikator ini sangat penting untuk menumbuhkan daya tarik dan loyalitas wisatawan secara berkelanjutan.

Kata kunci : Kualitas Destinasi, Minat Berkunjung Kembali, Gili Iyang, Loyalitas Wisatawan

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE QUALITY FACTORS OF TOURIST DESTINATIONS ON REVISIT INTENTION TO GILI IYANG SUMENEP

Astrie Noviyanti

2101923

The purpose of this study to determine how many influence the quality of the destination on the intention to revisit the Gili Iyang Sumenep tourist destination. The approach use quantitative with questionare methode, to 100 respondent who visited Gili Iyang. The data obtain then analyze use the structural equation modeling (SEM) methode with smart PLS software version 4. The result of the study show that the intention to revisit positive and significant. Influence by all destination quality factor, namely: tourist attraction, information, facility service, cleanliness, accessibility, and human resource, the human resource factor the most dominant influence in increas tourist loyalty. While the clean factor the lowest influence. This show that the cleanliness aspect need to improve, so that perception of the quality destination will encourage tourist to return. Therefore, improve the quality each of these indicator very important to grow the attraction and loyalty tourist sustainable.

Keywords: *Destination Quality, Revisit Intention, Gili Iyang, Tourist Loyalty*

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR HAK CIPTAi

LEMBAR PENGESAHANii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISMEiii

KATA PENGANTARiv

ABSTRAKvi

ABSTRACTvii

DAFTAR ISIviii

DAFTAR TABELxiii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRANxvi

BAB I1

PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 7

1.3. Tujuan Penelitian 7

1.4. Manfaat Penelitian 7

1.4.1. Manfaat Teoritis 7

1.4.2. Manfaat Praktis 8

1.5. Ruang Lingkup Penelitian 8

BAB II 10

TINJAUAN PUSTAKA 10

2.1. Landasan Teori 10

2.1.1.	Pariwisata	10
2.1.2.	Industri Pariwisata	11
2.1.3.	Pariwisata Alam	12
2.1.4.	<i>Wellness Tourism</i>	13
2.1.5.	Pemasaran Pariwisata	14
2.1.6.	Kualitas Destinasi	15
2.1.7.	Minat Berkunjung Kembali.....	19
2.1.8.	Loyalitas wisatawan	20
2.1.9.	Pengalaman wisata yang berkesan (<i>Memorable Tourist Experience</i>)	21
2.1.10.	Kepuasan wisatawan	22
2.1.11.	Gili Iyang.....	23
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.	Kerangka Berpikir	34
2.4.	Hipotesis	35
BAB III		37
METODE PENELITIAN		37
3.1.	Jenis Penelitian	37
3.2.	Populasi Dan Sampel.....	38
3.2.1.	Populasi Penelitian.....	38
3.2.2.	Sampel Penelitian	38
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1.	Instrumen Penelitian	39
3.3.2.	Studi Literatur	40
3.3.3.	Observasi	40

3.3.4. Kuesioner	41
3.3.5. Kisi – Kisi Instrumen.....	41
3.3.6. Uji Instrumen	46
3.3.6.1. Uji Validitas	46
3.3.6.2. Uji Reliabilitas.....	49
3.3.7. Teknik Pengambilan Data.....	51
3.3.8. Dokumentasi	51
3.4. Prosedur Penelitian.....	51
3.4.1. Tahap Persiapan.....	52
3.4.2. Tahap Pelaksanaan.....	52
3.4.3. Tahap Akhir.....	52
3.5. Prosedur Analisis Data	52
3.5.1. Data Mentah	52
3.5.2. Analisis Data Deskriptif.....	52
3.5.3. Analisis Verifikatif	54
3.5.4. <i>Structural Equation Modeling (SEM) Dan Partial Least Model (PLS)</i>	54
3.5.5. Kontruksi Diagram Jalur.....	55
3.5.6. Evaluasi Model Pengukuran(<i>Outer Model</i>).....	56
3.5.6.1. Uji Validitas	56
3.5.6.2. Uji Reliabilitas.....	57
3.5.7. Uji Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model Evaluation</i>)	58
3.5.7.2. Multicollinearity (<i>VIF-Variance Inflation Factor</i>)	59
3.5.7.3. Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.5.7.4. Uji Path Coefficients	59

3.5.7.5. Uji Hipotesis (Bootstrapping)	60
3.5.7.6. Evaluasi Model Fit	61
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Lokasi Penelitian.....	62
4.1.1. Gambaran Umum	62
4.2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	63
4.2.1. Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2. Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia	63
4.2.3. Analisis Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4. Analisis Deskriptif Berdasarkan Domisili.....	65
4.2.5. Analisis Deskriptif Berdasarkan Sumber Informasi.....	65
4.2.6. Analisis Deskriptif Berdasarkan Dengan Siapa Responden Berwisata	66
4.2.7. Analisis Deskriptif Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Wisata	67
4.2.8. Analisis Deskriptif Berdasarkan Biaya Yang Dikeluarkan	67
4.2.9. Analisis Deskriptif Berdasarkan Kesiediaan Merekomendasikan .	68
4.3. Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	68
4.4. Analisis SEM.....	79
4.4.1. Menyusun Diagram Jalur Dan Penyusunan Struktural.....	79
4.4.2. Hasil Analisis Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	80
4.4.3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
4.5. Pembahasan	90
4.5.1. Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali .	90
4.5.2. Pengaruh Informasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali	91

4.5.3.	Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali	91
4.5.4.	Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Minat Berkunjung Kembali	92
4.5.5.	Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali	92
4.5.6.	Pengaruh Kebersihan Terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	93
4.5.7.	Pengaruh Kualitas Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali	93
4.5.8.	Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali	94
BAB V		95
SIMPULAN DAN SARAN		95
5.1.	Simpulan	95
5.2.	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data kunjungan ke Kabupaten Sumenep.....	5
Tabel 1. 2. Data kunjungan ke Gili Iyang	5
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu Relevan Penelitian.....	25
Tabel 3. 1. Skala Likert	40
Tabel 3. 2. Kisi-Kisi Instrumen.....	42
Tabel 3. 3. Hasil Pengujian Uji Validitas	47
Tabel 3. 4. Tabel Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 3. 5. Garis kontinum	54
Tabel 4. 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2. Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4. 4. Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 5. Responden Berdasarkan Sumber Informasi	65
Tabel 4. 6. Responden Berdasarkan Dengan Siapa Responden Berwisata	66
Tabel 4. 7. Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Wisata.....	67
Tabel 4. 8. Responden Berdasarkan Biaya Yang Dikeluarkan.....	67
Tabel 4. 9. Responden Berdasarkan Kesiediaan Merekomendasikan	68
Tabel 4. 10. skala interval	69
Tabel 4. 11. Penilaian Responden Indikator Atraksi Wisata.....	69
Tabel 4. 12. Penilaian Responden Terhadap Indikator Informasi	70
Tabel 4. 13. Penilaian Responden Terhadap Indikator Fasilitas	72
Tabel 4. 14. Penilaian Responden Terhadap Indikator SDM.....	73
Tabel 4. 15. Penilaian Responden Terhadap Indikator Pelayanan.	73
Tabel 4. 16. Penilaian Responden Terhadap Indikator Kebersihan.....	74
Tabel 4. 17. Penilaian Responden Terhadap Indikator Aksesibilitas	75
Tabel 4. 18. Penilaian Responden Terhadap Indikator Mengunjungi Kembali ...	76
Tabel 4. 19. Penilaian Responden Terhadap Indikator Merekomendasikan Kembali	77

Tabel 4. 20. Penilaian Responden Terhadap Indikator Mengajak Berkunjung. ...	78
Tabel 4. 21. Loading Factor	81
Tabel 4. 22. Uji AVE.....	82
Tabel 4. 23. Tabel HTMT.....	83
Tabel 4. 24. Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4. 25. Hasil Q^2 Predict.....	85
Tabel 4. 26. Hasil Uji R^2	85
Tabel 4. 27. Hasil Dari Uji VIF.....	86
Tabel 4. 28. Hasil Uji Bootstrapping.....	88
Tabel 4. 29. Hasil Uji Goodness Of Fit.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gili Iyang.....	24
Gambar 2.2. Penginapan di Gili Iyang	24
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1. Peta Lokasi Penelitian... ..	62
Gambar 4. 2. Diagram Jalur Sebelum Dikelola.....	79
Gambar 4. 3. Diagram Jalur Outer Model.....	80
Gambar 4. 4. Hasil Digaram Jalur Uji Bootstrapping	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Perizinan	104
Lampiran 2 Hasil Dari Pra Uji Validitas Dan Reliabilitas	106
Lampiran 3 Uji SEM	108
Lampiran 4 Sk Uji Etik	110
Lampiran 5 Dokumentasi	111
Lampiran 6 SK Penelitian	112
Lampiran 7 Monitoring	113
Lampiran 8 Pertayaaan	114

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of Consumer Expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411. <https://doi.org/10.1086/209080>
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). *KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN*. 14(1), 15–31.
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7855>
- Arikunto. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 34(2010), 92–96.
- Aris, S. K. M., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran) Aris Sandi Krisna Mulyana Depy Muhamad Pauzy. *Jurnal GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)* , 1(4), 136–153. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.355>
- Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*. 1–63.
- Artaya, I. P. (2019). Seputar Analisis & Hipotesis. *Mengenal Financial Technology, January*. <https://www.jaringanprima.co.id/id/mengenal-fintech-financial-technology/Naskah>
- Artuger, S., Çetinsöz, B., & Kılıç, İ. (2013). The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: An Application In Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5, 2222–2839.
- Audia Shifa Alifiana, & Ratna Roostika. (2023). Analisis Pengaruh Destination Quality Dan Destination Image Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Meaningful Tourism (Studi Pada Objek Wisata Di Kabupaten Klaten). *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 155–168. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.867>
- BPS, P. (2023). *PAMEKASAN DALAM ANGKA*. 282.
- Butarbutar, R. R. R. (2021). Ekowisata dalam Perspektif Ekologi dan Konservasi. In *Ekowisata dalam Perspektif Ekologi dan Konservasi*. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/352089-ekowisata-dalam-perspektif-ekologi-dan-k-dc1b8557.pdf>
- Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). Handbook of Partial Least Squares. *Handbook of Partial Least Squares, June*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
- Christopher Lovelock, Johhen Wirtz, J. M. (2010). *Pemasaran jasa: manusia, teknologi, strategi*:

Astrie Noviyanti, 2025

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perspektif Indonesia jilid 1 (jilid 1). Jakarta: Erlangga, 2012.

Drs. H. Oka A. Yoeti, M. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1996.

Dwiki, A., Wahyu, D., & Si, M. (2022). Email : administrasi.bisnis@undip.ac.id PENGARUH KUALITAS PRODUK WISATA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GOA KREO SEMARANG Currently, the development of tourism in Indonesia is growing more rapidly, this is caus. 024.

Evelyna, F. (2022). Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 203–219. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.147>

Fernandes, T., & Cruz, M. (2016). Dimensions and outcomes of experience quality in tourism: The case of Port wine cellars. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 371–379. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.05.002>

Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). Experiential marketing. *Marketing for Tourism and Hospitality*, 127–148. <https://doi.org/10.4324/9781315651026-11>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1).

Goodstats data. (2023). *data 2023*. <https://data.goodstats.id/statistic/tahun-2023-pariwisata-ri-hasilkan-devisa-us14-miliar-YTF10>

Güneş, K., & Erdoğan Mercan, S. (2023). Destinasyon Kalitesi, Destinasyon Sadakati ve Destinasyon Memnuniyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Isparta Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(2), 263–287. <https://doi.org/10.24010/soid.1182963>

Gusandra, M., Desy, E., & Mesra. (2021). Kajian Dasar Pariwisata. In *Penerbit Andalan* (Issue January). https://www.researchgate.net/publication/358046065_KAJIAN_DASAR_PARIWISATA

Heryana, A. (2020). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan*, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>

Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>

Ismayanti. (2010). *Pengantar pariwisata*. Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo). <https://books.google.co.id/books?id=DAYpMwEACAAJ>

Izzuddin, M. G., & Ilahiyah, I. (2022). Tata Kelola Ekowisata Berbasis Ergonomi dan Kearifan Lokal di Wisata Pulau Oksigen Gili Iyang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(3), 241–252. <https://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1552>

Jovanović, D., & Milićević, S. (2015). Wellness Tourism – Competitive Basis of European Health Tourism Destination. *DIEM : Dubrovnik International Economic Meeting*, 2(1), 851–863. <https://hrcak.srce.hr/161672>

Kadafi, P. A., Hasudungan, R. T., & Yusrini, L. (2024). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi

Astrie Noviyanti, 2025

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Wisatawan Generasi Z Berkunjung Kembali ke Kota Tua Jakarta. *Xxx-Yyyy*, 1(1).

Kartika Fajar Nieamah, & Yitno Purwoko. (2021). Strategi Pengembangan Health Tourism Di Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 38–46. <https://doi.org/10.36594/jtec/9xntv362>

Katadata. (2023). *katadata* 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/29/penerimaan-devisa-pariwisata-ditargetkan-us29-59-miliar-pada-2023#:~:text=Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan penerimaan devisa,pariwisata mencapai US%242%2C07 – US%245%2C95 miliar>

Keni, K., Oktora, F., & Wilson, N. (2019). *The Impact of Destination Image and Perceived Quality on Tourist Loyalty in the Indonesian Tourism Industry*. 67–75. <https://doi.org/10.5220/0008488300670075>

Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>

Koerniawaty, F. T., & Sudjana, I. M. (2022). Prospects of Wellness Tourism in Indonesia as Tourism Sector Recovery Effort Post Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10082–10091. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4806>

Komang Sukendra. (2023). Instrumen penelitian. In *Deepublish*. <https://penerbitdeepublish.com/instrumen-penelitian/>

Kotler. (2000). 129073-ID-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol 4 ,No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502*, 4, 489–502.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>

Krippendorff, J. (1982). Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. *Tourism Management*, 3(3), 135–148. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0261-5177\(82\)90063-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0261-5177(82)90063-2)

Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. *SIMBA: Seminar Inovasi ...*, September 2022, 1–18. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3283%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/download/3283/2631>

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

Lesmana, R., & Nabila, N. I. (2020). Analisis Loyalitas Wisatawan Lokal Melalui Kepuasan Wisatawan Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu Jakarta. *Proceedings*, 3(1), 142–149. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/5198>

Liestiane, H. K. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Destinasi Pariwisata Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 1–17. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.449>

Astrie Noviyanti, 2025

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Malikhah, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *Jurnal.Ustjogja.Ac.Id*, 7(1), 28–38.
- Milovanović, I., Matić, R., Alexandris, K., Maksimović, N., Milošević, Z., & Drid, P. (2021). Destination Image, Sport Event Quality, and Behavioral Intentions: The Cases of Three World Sambo Championships. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45(7), 1150–1169. <https://doi.org/10.1177/1096348019883920>
- Moon, H., & Han, H. (2019). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 43–59. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>
- Muljadi, A. (2009). *Kepariwisata dan perjalanan*. Rajawali Press. <https://books.google.co.id/books?id=-osOSQAACAAJ>
- Musleh, M. (2023). Tata Kelola Wisata Pulau Gili Iyng: Perspektif Community Based Tourism. *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)*, 3(1), 42–50. <https://doi.org/10.22225/jcpa.3.1.2023.42-50>
- Narimawati, J. S. U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:99078056>
- Nengsih, R., Ghani, Y. A., & Mubarak, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 5(1), 32–38. <https://doi.org/10.51977/jsj.v5i1.1222>
- Nugraha, K. S. W., Suryaningsih, I. B., & Cahyanti, I. D. (2021). Destination quality, experience involvement and memorable tourism experience: Is it relevant for rural tourism? *Management and Marketing*, 16(1), 69–85. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0005>
- Nurdiana, A., Jauza Putri, D., Soehadi, A. W., & Wijanarti, S. W. (2020). Analisis Pengaruh Overall Experience Terhadap Memorable Tourism dan Revisit Intention. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 2(2), 96–118. <https://doi.org/10.21632/garuda.2.2.96-118>
- Oliver, R. L. (1981). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw Hill. <https://books.google.co.id/books?id=iCeQQgAACAAJ>
- Oliver, Richard L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:167965843>
- Piancatelli, C., Massi, M., & Vocino, A. (2021). The role of atmosphere in Italian museums: effects on brand perceptions and visitor behavioral intentions. *Journal of Strategic Marketing*, 29(6), 546–566. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1786846>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press. <https://books.google.co.id/books?id=5hs-tyRrSXMC>
- Prastiyo, E., Nur Sulistyowati, L., Ula Ananta Fauzi, R., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *SIMBA SEMINAR INOVASI MAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN PADA WISATA AIR TERJUN KRECEKAN DENU. September 2022.*
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan

Astrie Noviyanti, 2025

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Serta Niat Berkunjung Kembali. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185–201. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>

Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.

Putri, L. R. (2020). Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1), 43–49.

Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.

Rahayu, S., Megasari, M., & Saragih, G. (2022). *PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN*.

Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

Ramkissoon, H., & Uysal, M. S. (2011). The effects of perceived authenticity, information search behaviour, motivation and destination imagery on cultural behavioural intentions of tourists. *Current Issues in Tourism*, 14(6), 537–562. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.493607>

Resdiana, E., Alfiah, N. I., & Hasanah, L. (2021). Pembangunan Daerah Dalam Pengembangan Wisata Desa Banraas Pulau Gili Iyang Madura Melalui Kelompok Sadar Wisata. *AS-SIYASAH: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 25. <https://doi.org/10.31602/as.v6i1.4237>

Revida, E., Munsarif, M., Mangiring, H., Simarmata, P., Indonesia, P. B., & Saputra, D. H. (2020). *Tourism Marketing* (Issue May).

Ridwan. (2020). pariwisata Editor. *Ekonomi Dan Pariwisata*, 1–2. http://eprints.ipdn.ac.id/5558/13/buku_ridwan_Ekonomi_dan_Pariwisata-merge.pdf

Roels, N. M. S. P. D., & Ansel Anandya Patmadiwiria. (2022). Pengembangan Kegiatan Wisata Pada Produk Wellness Tourism Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Sentul Kabupaten Bogor. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 10(2), 161–170. <https://doi.org/10.35814/tourism.v10i2.3639>

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>

Sharma, P., & Nayak, J. K. (2019). The role of destination image as a mediator between tourists' emotional experiences and behavioral intentions: A study of wellness tourism. *Journal of Destination Marketing and Management*, January, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.02.002>

Shrestha, N. (2020). Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 8(2), 39–42. <https://doi.org/10.12691/ajams-8-2-1>

Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Su, L., & Huang, Y. (2019). How does perceived destination social responsibility impact revisit

Astrie Noviyanti, 2025

ANALISIS FAKTOR FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE GILI IYANG SUMENEP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- intentions: The mediating roles of destination preference and relationship quality. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/su11010133>
- Sudarmiatin. (2019). *The Effect of Destination Image on Destination Branding and Revisit Intention*. January 2013. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.87>
- Sudiarta, I. N., Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Kualitas Layanan dan Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan untuk Mengunjungi Kembali Desa Wisata. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 508–526. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3704>
- Sugiyono., P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D - Prof. Dr. Sugiyono 2017* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sugiyono, S., Sutarman, S., & Rochmadi, T. (2019). Pengembangan Sistem Computer Based Test (Cbt) Tingkat Sekolah. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v2i1.917>
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sulistiyani, E. (2010). Membangun Loyalitas Wisatawan Tawangmangu. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 10(3), 161–165.
- SUMENEP, B. P. S. K. (2023). *BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN SUMENEP*. 1, 1–14.
- Sumenep, D. K. dan I. K. (2016). *Mengenal Asal-Usul Pulau Giliyang Sebagai Tempat Wisata Kesehatan*. <https://sumenepkab.go.id/berita/baca/mengenal-asal-usul-pulau-giliyang-sebagai-tempat-wisata-kesehatan>
- Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen* (viii). Amus.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran edisi iii. *Yogyakarta: CV. Andi Offset*.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204. <https://doi.org/10.2307/3172652>
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Ünal, A. (2019). *TURİSTLERİN DESTİNASYON SEÇİMİ ÖNCESİ BEKLENTİLERİ VE SATIN Kırklareli Üniversitesi , Pınarhisar Meslek Yüksekokulu ORCID ID : 0000-0002-6377-8587 Sanayi Devrimi ile başlayan ancak 2000 ' li yıllarla birlikte zirveye ulaşan rekabet ve yarış , her pazarı ,.*
- UNWTO. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. <https://doi.org/10.18111/9789211615210>
- Voigt, C., Laing, J., Wray, M., Brown, G., Howat, G., Weiler, B., & Trembath, R. (2010). *HEALTH*

TOURISM IN AUSTRALIA: Supply, Demand and Opportunities.

- Welhelmina, F. (2020). Pengaruh Kualitas Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Di Pantai Warna-Warni Oesapa, Kupang). *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 01, 25–38.
- Wibawa, M. I., & Budiasa, I. G. S. (2020). Made Indra Wibawa dan I Gede Sudjana Budiasa. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 1051–1078. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/37186>
- Winanto, E. F., & Djunaid, I. S. (2024). Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kebun Raya Bogor. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2603–2608. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4042>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yen, N. T. H., Quynh, N. T. T., Dinh, T. D., Mai, T. T. H., Duyen, N. T. H., Hong, P. N., & Duc, B. M. (2024). The Impact of Destination Quality and Image on Tourists' Loyalty. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), e2728. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.2728>
- Yen, T.-F. (2020). The Determinates of Revisit Intentions in Wine Cultural Event: The Moderating Role of Experience Authenticity. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 6(4), 27–40. <https://doi.org/10.9734/ajess/2020/v6i430183>
- Yoeti, O. A. (1991). *Pengantar ilmu pariwisata*. <https://doi.org/10.1002/zaac.201300446>
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. In *Mandala Press*.