

**PENGARUH KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG ULANG DENGAN *CONTENT* MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MODERASI**

(Studi Pada Pengunjung Dairyland Farm Theme Park Prigen)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Jinggan Handa Ridhuone

202010160311185

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS DESTINASI WISATA
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN CONTENT MEDIA SOSIAL
SEBAGAI MODERASI
(Studi Pada Pengunjung Dairyland Farm Theme Park Prigen)**

Oleh :

Jinggan Handa Ridhuone

202010160311185

Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Januari 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS DESTINASI WISATA
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN CONTENT MEDIA SOSIAL
SEBAGAI MODERASI**

(Studi Pada Pengunjung Dairyland Farm Theme Park Prigen)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Jingga Handa Ridhuone**

NIM : **202010160311185**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Pembimbing II : **Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Penguji II : **Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Jingga Handa Ridhuone
NIM : 202010160311185
Program Studi : Manajemen
E-mail : jingganhandar@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkn nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 30 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Jingga Handa Ridhuone

**PENGARUH KUALITAS DESTINASI WISATA TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG ULANG DENGAN *CONTENT* MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MODERASI**

(Studi Pada Pengunjung Dairyland Farm Theme Park Prigen)

Jinggan Handa Ridhuone¹, Rohmat Dwi Jatmiko², Viajeng Purnama Putri³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang
E-mail: jingganhandar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas destinasi wisata terhadap niat berkunjung ulang dengan konten media sosial sebagai moderasi. Sampel diambil secara Accidental Sampling sebanyak 246 dari populasi pengunjung Dairyland Farm Theme Park Prigen. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*), Analisis data MRA dan uji hipotesis yang menunjukkan bahwa kualitas destinasi wisata berpengaruh pada niat berkunjung ulang, sedangkan konten media sosial tidak mampu memperkuat hubungan antara kualitas destinasi dengan niat berkunjung ulang. Penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan kepada pihak perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang sangat efektif dan lebih memahami hubungan kualitas destinasi wisata, konten media sosial, dan niat berkunjung ulang.

Kata kunci: kualitas destinasi wisata, konten media sosial, niat berkunjung ulang, strategi pemasaran

***THE INFLUENCE OF TOURIST DESTINATION QUALITY ON REVISIT
INTENTION WITH SOCIAL MEDIA CONTENT AS MODERATION
(Study on Visitor Dairyland Farm Theme Park Prigen)***

Jinggan Handa Ridhuone¹, Rohmat Dwi Jatmiko², Viajeng Purnama Putri³

Management Study Program Faculty
Of Economic and Business University Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Corresponding E-mail: jingganhandar@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the effect of tourist destination quality on repeat visit intentions with social media content as moderation. The sample was taken by Accidental Sampling of 246 from the population of visitors to Dairyland Farm Theme Park Prigen. The data analysis technique uses path analysis with the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) program, MRA data analysis and hypothesis testing which shows that the quality of tourist destinations influenced repeat visits. This research is useful as a consideration for companies to design highly effective marketing strategies and better understand the relationship between tourist destination quality, social media content, and repeat visit intentions.

Keywords— *destination quality, visit intentions, social media content, marketing strategies*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Destinasi Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Dengan *Content* Media Sosial Sebagai Moderasi”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang sudah berperan besar, sekaligus untuk adek dan kakak saya, serta keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Terimakasih kepada M. Affan Fattah yang telah memberikan dukungan serta kasih sayang dan menemani saya mengerjakan skripsi dan memberikan semangat motivasi.
9. Terima kasih untuk teman saya Mulidya kusuma yang sudah menemani mengerjakan skripsi yang selalu menemani saya revisi skripsi dan terima kasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa dan *support* yang tak pernah henti saya dapatkan.
10. Berbagai pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, sekali lagi terimakasih. Kepada semua pihak yang turut andil dalam membersamai perjalanan saya selama masa studi, hanya ungkapan terimakasih dan do'a yang bisa saya persembahkan.

Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Saya mengharapkan kritik, saran, masukan dan pandangan dari berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas penelitian dimasa mendatang. TerimaKasih

Malang, 16 Januari 2025

Jinggan Handa Ridhuone

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINILITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II Kajian Pustaka	
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	24
BAB III Metode Penelitian	
A. Lokasi Penelitian	29
B. Jenis Penelitian	29
C. Populasi, Sampel, Sampling	30
D. Definisi Operasional Variabel	31
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Pengukuran Variabel	35
G. Uji Instrumen.....	36
H. Uji Asumsi Klasik	38
I. Teknik Analisis Data	39

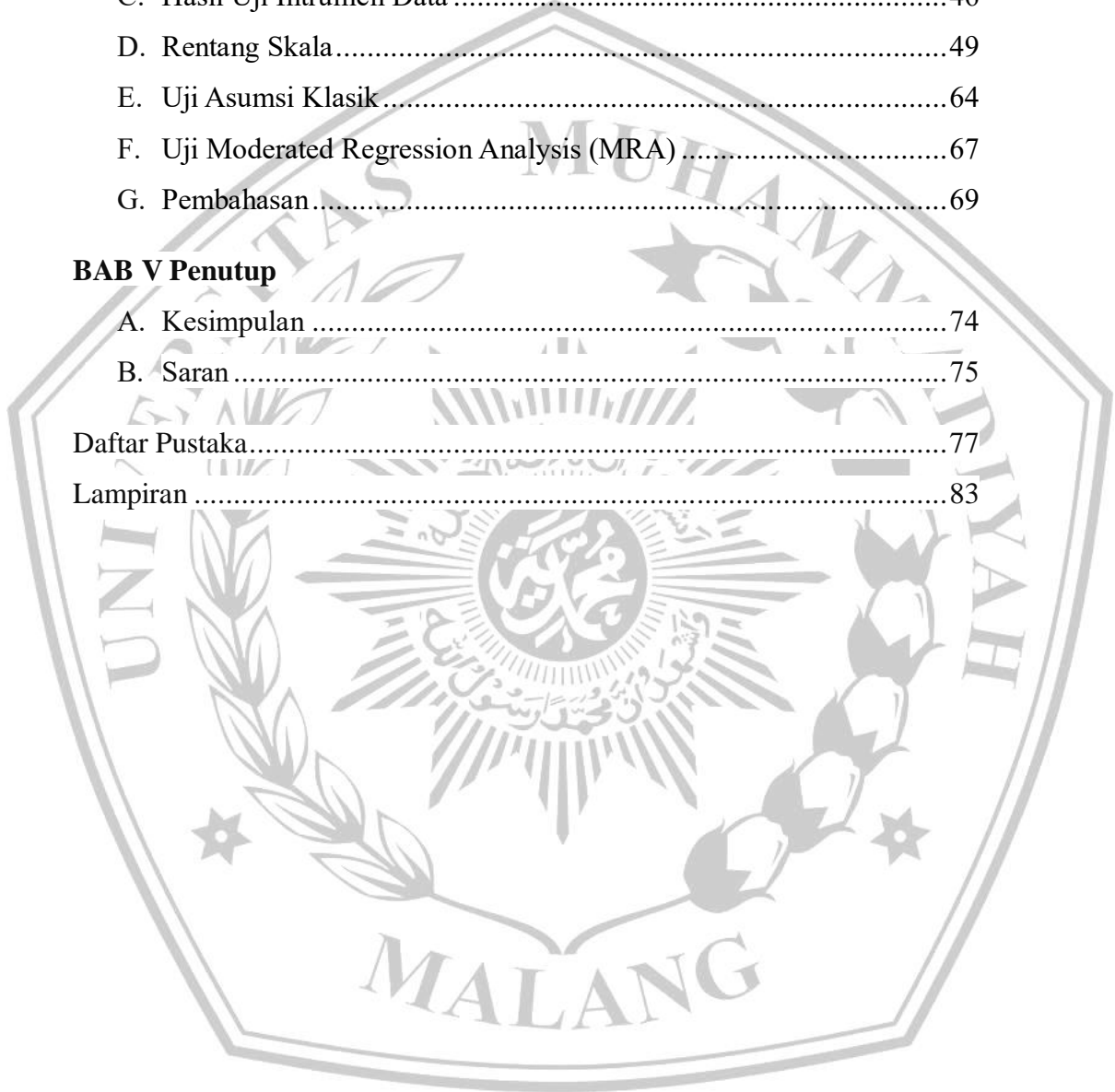
J. Uji Hipotesis.....	42
-----------------------	----

BAB IV Hasil dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Mengenai Dairyland Theme Park Prigen.....	44
B. Analisis Demografi Responden	45
C. Hasil Uji Instrumen Data	46
D. Rentang Skala.....	49
E. Uji Asumsi Klasik.....	64
F. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	67
G. Pembahasan.....	69

BAB V Penutup

A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
Daftar Pustaka.....	77
Lampiran	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Lokasi Wisata Dairyland Farm Theme Park Prigen.....	44
Gambar 4.2 P-P Plot.....	65
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penilaian pengunjung	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	36
Tabel 3.3 Rentang skala	40
Tabel 4.1 Analisis Demografi Responden.....	45
Tabel 4.2 Uji Validitas Data	46
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.4 Rentang Skala Kualitas Destinasi Wisata	49
Tabel 4.5 Rentang Skala Niat Berkunjung Ulang.....	59
Tabel 4.6 Rentang Skala <i>Content</i> Media Sosial.....	61
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data	64
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.9 Moderated Regression Analysis (MRA).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	82
Lampiran 2 SPSS Uji Validitas	88
Lampiran 3 SPSS Uji Reliabilitas	94
Lampiran 4 SPSS Uji Normalitas	96
Lampiran 5 SPSS Multikolinieritas	97
Lampiran 6 SPSS Uji Heteroskedastisitas	98
Lampiran 7 SPSS Moderated Regression Analysis (MRA)	99
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi	100



DAFTAR PUSTAKA

- Ababneh, S. &. (2013). The effect of using the internet on EFL. *Journal of Education and Practice*, 4(2), 103–110.
- Alegre, J. &. (2009). Analysing The Effect of Satisfaction and Previous Visits on Tourist Intentions to Return. *Emerald European Journal of Marketing*, 42(6), 670-676.
- Alfajri, M., Vieranda, & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics pada Instagram dalam peningkatan Interaksi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34-42. doi:<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Anggraini, N. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 1923-1930.
- Arifudin, O. M. (2021). Implementasi Balanced Scorecard dalam Mewujudkan Pendidikan Tinggi World Class. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(2), 767-775. doi:<https://doi.org/10.33487/edumaspul.v5i2.2333>
- Arisondha, A. T. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Journal Unja*, 7(2), 169-180. doi:<https://doi.org/10.22437/jmk.v7i2.5490>
- Artanti, N. P. (2021). Pengaruh Creative Tourist Experience, Travel Motivation dan Perceived Risk Terhadap Revisit Intention Pada Wisata Edukasi Secara Virtual. *BIEJ*, 3(3), 186-194. Retrieved from <https://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/313>
- Astutik, B. S. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36 - 46. doi:<https://doi.org/10.30737/risk.v1i1.874>
- AtikaSamsudin, D. P. (2016). Analysing The Effects Of Destination Image Andtourist Satisfaction On Revisit Intention In Casebukaken National Park. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*,

16(4),n23-34.Retrievedfrom

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/13589/13175>

Baker, D. a. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 785-804. doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)

Baloglu, S. &. (1997). Affective Images of Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 35, 11-15. doi:<https://doi.org/10.1177/004728759703500402>

Carr, C. T. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Jurnal Akademik. Atlantic Journal of Communication.*, 23(1), 46-65. doi:[10.1080/15456870.2015.972282](https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282)

Chen, C. F. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>

Chen, C. M., & Huang, T. H. (2011). Tourist Behavioural Intentions in Relation to Service Quality and Customer Satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 416-432. doi:[doi/10.1002/jtr.810](https://doi.org/10.1002/jtr.810)

Chen, J. H. (2013). A bovine whey protein extract can induce the generation of regulatory T cells and shows potential to alleviate asthma symptoms in a murine asthma model. *British Journal of Nutrition.*, 109(10), 1813–1820. doi:<https://doi.org/10.1017/S0007114512003947>

Darmastuti, R. d. (2012). *Literasi Media dan Kearifan Lokal: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.

Dirsehan, T. (2012). Analyzing Museum Visitor Experiences and Post Experience Dimensions Using SEM. *Boğaziçi Journal Review of Social Economic and Administrative Studies*, 26(1), 103-125.

Farida, D. S. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung (Studi pada Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781-792. doi: <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>

- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gretzel, U. F. (2006). Practical applications of web 2.0 in tourism. *Tourism Management*, 27(3), 74-77. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.020>
- Gusman, H. (2016). *Peningkatan Kualitas Limbah Tandan Kosong Kelapa Sawit Produk Torefaksi Basah Skala Pilot Sebagai Bahan Bakar Padat*. ITB : Teknik Mesin ITB .
- Huang, S. &. (2015). Tourist experiences and social media engagement: Exploring the relationship between online reviews and revisiting intention. *Tourism Management*, 50(1), 199-212. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.003>
- Iranita, I. &. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan. *Bahtera Inovasi*, 2(2), 102-110. doi:<https://doi.org/10.31629/bi.v2i2.1624>
- Jesen, & Saputra, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali: Peran Mediasi Destination Image. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(4), 2915–2926.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Koda, M. C. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan n (Studi Di Monumen Monjali Yogyakarta)*. Yogyakarta : Erlangga.
- Krisjanti, W. &. (2020). Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Niat Mengunjungi Destinasi Wisata (Studi Pada Studio Alam Gamplong). *MODUS*, 32(2), 175-195. doi:<https://doi.org/10.24002/modus.v32i2.3530>
- Lakner, N. K. (2021). Influence of Experiential Consumption and Social Environment of Local Tourists on the Intention to Revisit Tunisian Guesthouses: Mediating Role of Involvement in the Experience. *MDPI Sustainability*, 13(12), 6584. doi:<https://doi.org/10.3390/su13126584>

- Lertputtarak, S. (2024). The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 5, 111-122. doi:<https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n5p111>
- Manap, K. H. (2013). The Role of User-Generated Content (UGC) in Social Media for Tourism Sector. *West East Institute International Academic Conference Proceedings*, 52–58.
- Mano, A. &. (2015). A Conceptual Model of the Antecedents and Consequences of Tourist Destination Image. *Procedia Economics and Finance*, 23(1), 15-22. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00466-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00466-9)
- Marga, R. W. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(1), 40-45. Retrieved from <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/565>
- Pratminingsih. (2014). Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1), 19-24. doi:DOI: 10.7763/IJIMT.2014.V5.479
- Puad, A. M. (2011). Tourist Satisfaction and Repeat Visitation : Toward a New Comprehensive Model. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5(2), 201.
- Rozak, B. &. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 9(2), 1-12.
- Samsudin, A. d. (2016). Analysing The Effects Of Destination Image And Tourist Satisfaction On Revisit Intention In Case Bunaken National Park. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 23–34.
- Satyarini, N. W. (2019). Interrelation Between Tourist Risk Perception And Destination Image And Revisit Intention East Lombok Post Earthquake. *Jelajah: Journal of Tourism and Hospitality*, 1(1), 19–26. doi:<https://doi.org/10.33830/jelajah.v1i1.449>

- Taylor, F. G. (2000). *The Role of Commitment in Service Relationship*. Kingston, Ontario: School of Business Acadia University.
- Tourism, S. J. (2017). Memorable tourism experiences: antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 72-94. doi:<https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287003>
- Wang, J. &. (2020). Kualitas Destinasi dan Pengaruhnya terhadap Niat Berkunjung Ulang: Studi Kasus Dairyland. *Jurnal Pariwisata Indonesia*(15), 123-135.
- Wibawanto, S. (2022). Experience Tour Pada Era New Normal Berbasis Neophilian Personality: Peran Travel Motives. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(2),
- Wyrwoll, C. (2014). *Social Media: Fundamentals, Models, and Ranking of User Generated Content*. Hamburg: Springer.
- Yap, J. a. (2018). An investigation on customer revisit intention to theme restaurants: The role of servicescape and authentic perception. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1646-1662. doi:10.1108/IJCHM-11-2016-0630
- Yoon, Y. &. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.014>
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005) *An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model*. *Tourism Management*, 26, 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>




7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 6%  Internet sources
- 2%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	
	University of Muhammadiyah Malang	3%
2	Internet	
	media.neliti.com	2%
3	Internet	
	ejournal.ppb.ac.id	2%