

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA
TAMAN REKREASI SENGKALING**

SKRIPSI



Dosen Pembimbing :

Widayat, Prof., Dr., MM

Oleh:

Abdi Manaf

202110160311206

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA
TAMAN REKREASI SENGGKALING

Oleh,
Abdi Manaf
202110160311206

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Oktober 2025

Pembimbing I
Prof. Dr. Widayat, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi
Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA

TAMAN REKREASI SENGKALING

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama: **Abdi Manaf**

NIM: **202110160311206**

Jurusan: **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Oktober 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I: **Prof. Dr. Widayat, M.M.**

Penguji I: **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

Penguji II: **Drs. Noor Azis, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Abdi Manaf

NIM : 202110160311206

Program Studi : Manajemen

Surel : manafabdi418@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarsim*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran maka dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 23 Oktober 2025



Abdi Manaf

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA
TAMAN REKREASI SENGKALING**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang

E-mail: manafabdi418@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Atribut Produk Wisata, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Taman Rekreasi Sengkaling. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metode pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel yang berjumlah 120 responden yang pernah melakukan kunjungan ke Taman Rekreasi Sengkaling dalam 1 tahun terakhir. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil penelitian, Atribut Produk Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali, Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali, Atribut Produk Wisata dan Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Kata kunci : Atrbut Produk Wisata, Citra Destinasi, Minat Berkunjung Kembali

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA
TAMAN REKREASI SENGKALING**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang

E-mail: manafabdi418@gmail.com

Abstrak

This study aims to determine the Influence of Tourism Product Attributes, and Destination Image on Interest in Revisiting Sengkaling Recreational Park tourist attractions. This study uses a quantitative approach with the type of associative research. The sampling method uses non-probability sampling with purposive sampling techniques. The data collection technique used a questionnaire with a sample of 120 respondents who had visited the Sengkaling Recreational Park in the last 1 year. Multiple linear regression analysis was used to test the influence of independent variables on return interest in visits. Based on the results of the study, Tourism Product Attributes have a positive and significant effect on Return Interest in Visiting, Destination Image has a positive and significant effect on Return Interest in Return, Tourism Product Attributes and Destination Image have a positive and significant effect on Return Interest in Return.

Keywords: *Tourism Product Attractions, Destination Image, Interest in Returning Visits*

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur saya panjatkan kehadirat ALLAH SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah- Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Taman Rekreasi Sengkaling.”** Shalawat serta salam tetap tercurahkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya.

Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahjudi S., S.E., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Widayat ,M.M. Selaku pembimbing 1 saya ucapkan terima kasih yang sangat banyak karena telah sabar dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan semangat supaya cepat untuk lulus. Berkat bapak skripsi ini bisa selesai. Terima Kasih banyak Prof ,semoga diberikan kesehatan selalu, dilimpahkan rezekinya, dijauhkan dari segala hal-hal buruk. Aminn Ya Rabbal Alamin.
5. Dr. Erna Retna Rahdjeng, M.M selaku wali kelas yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan nasihat dan pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan, sehingga pendidikan ini bisa selesai.

6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang telah memberikan materi, ilmu perkuliahan dan nasihat, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.
7. Kepada kedua orang tua tercinta dan tersayang penulis Bapak Ahjun Kosim SG dan Ibu Siti Aminah yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta selalu mengingatkan untuk sholat tepat waktu. Terima Kasih banyak sudah mengupayakan segala kebutuhan penulis selama berkuliah sehingga penulis tidak pernah merasa kekurangan dalam segala hal. Terima Kasih karena telah menjadi contoh orang tua yang baik, sabar, dan bertanggung jawab bagi penulis.
8. Kepada kedua saudara dan saudari saya, khususnya mas Amin Terima Kasih telah membantu penulis dari berbagai aspek sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan hingga tuntas, dan untuk Izah selaku adik penulis Terima Kasih sudah memberikan semangat, keceriaan, dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
9. Kepada partner spesial peneliti Nazwa Bilqistya terima kasih sudah menjadi teman bertumbuh bagi peneliti, terima kasih juga sudah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu peneliti menyelesaikan pendidikan ini hingga selesai.
10. Kepada saudara Maolana Usasa Farizzma terima kasih banyak sudah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini sampai selesai terima kasih banyak sudah mau direpotkan dan membantu peneliti hingga tuntas menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Ihsan, Abim, Jackk, Alfian, Sadam, Raka, Ridho, Bedew, Gilbert, Febriansyah, Rezki, Jazill, Ayung, mbak Dinda dan banyak lagi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Selaku sahabat seperjuangan, teman bertumbuh, teman berkeluh kesah peneliti dari teman Maba hingga saat ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak banyak mungkin karena telah memberikan dukungan dan bantuan peneliti semasa melakukan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.

12. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri Abdi Manaf karean selalu kuat dan sabar dalam menghadapi senang dan susah selama melakukan perkuliahan. Saya bangga kepada diri saya yang selalu berusaha sendiri dan berusaha tidak merepotkan orang lain dalam segala hal hingga skripsi ini pada akhirnya bisa selesai. Terima kasih sudah berusaha.

Sebagai layaknya manusia biasa, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan serta kemampuan dari ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, peneliti mohon maaf dan bersedia terbuka menerima kritik dan saran yang membangun.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapa pun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima Kasih.

Malang, 23 Oktober 2025



Abdi Manaf

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
Abstrak	v
Abstrak	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Atribut Produk Wisata.....	9
2.3 Citra Destinasi	11
2.4 Minat Berkunjung Kembali.....	12
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Konseptual	25
2.7 Pengembangan Hipotesis	26
2.8 Definisi Operasional Variabel	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29

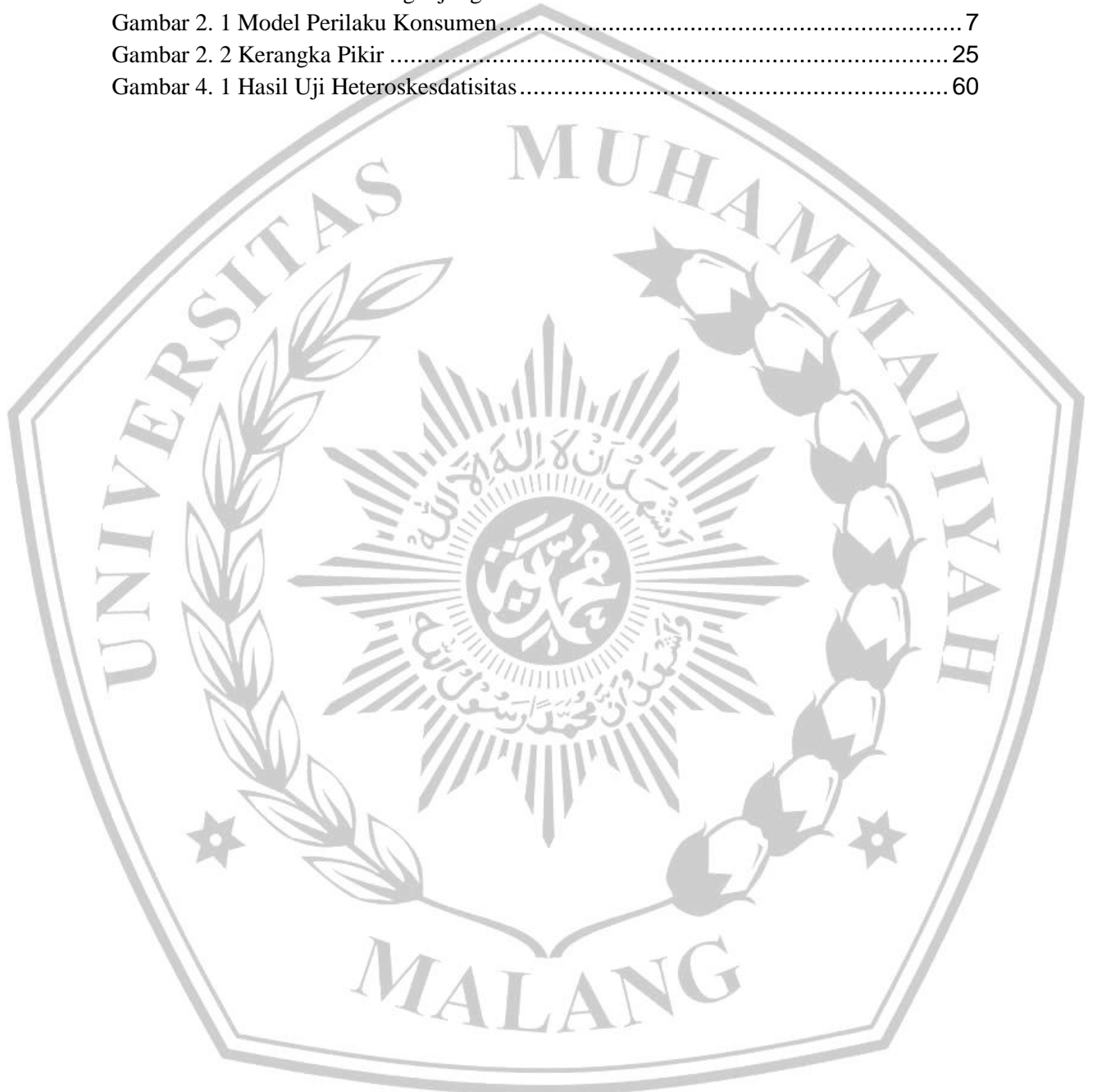
3.2	Lokasi dan waktu penelitian.....	29
3.3	Populasi	29
3.4	Sampel	29
3.5	Pengembangan Instrumen Penelitian	30
3.6	Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.7	Pengujian Instrumen.....	35
3.8	Metode Analisis Data	36
3.9	Uji Asumsi Klasik	38
3.10	Uji Hipotesis.....	39
BAB IV		40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Karakteristik Responden	40
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
4.3	Hasil Analisis Data.....	47
4.4	Pembahasan Hasil Peneltian.....	62
BAB V.....		66
PENUTUP.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Implikasi Penelitian.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian	67
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 1 Instrumen penelitian.....	30
Tabel 3. 2 Rentang Skala	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Sosial	42
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	43
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Jumlah Kunjungan Dalam 1 Tahun Terakhir.....	44
Tabel 4. 7 Uji Validitas	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 9 Rentang Skala Variabel Atribut Produk Wisata	48
Tabel 4. 10 Rentang Skala Variabel Citra Destinasi.....	51
Tabel 4. 11 Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji t X1	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji t X2	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Ulasan Pengunjung	2
Gambar 1. 2 Hasil Ulasan Pengunjung	3
Gambar 1. 3 Hasil Ulasan Pengunjung	3
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	7
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



DAFTAR PUSTAKA

1. Amelia R. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian di Indonesia. 2021;2.
Available from:
<https://www.kompasiana.com/rizky76869/64a1b25be1a16718f85aa582/dampak-pariwisata-terhadap-perekonomian-diindonesia>
2. Sudiarta IN, Wirawan PE, Astina ING, Dewi IGAM. Kualitas Layanan dan Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan untuk Mengunjungi Kembali Desa Wisata. *J Manag Bussines*. 2022;4(1):508–26.
3. Sangkaeng S, Mananeke L, Oroh SG, Ekonomi F, Bisnis D, Manajemen J, et al. Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara the Influence of Citra Tourism , Tourism Promotion and Quality of Service for Tourists Satisfaction Attractions Uses . *E-Journal UNSRAT [Internet]*. 2015;3(3):1089–100. Available from: <https://media.neliti.com/media/publications/2771-ID-pengaruh-citra-promosi-dan-kualitas-pelayanan-objek-wisata-terhadap-kepuasan-wis.pdf>
4. Ananditya A, Hidayat W. Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *J Ilmu Adm Bisnis S1 Undip*. 2017;6(2):98–106.
5. Gusandra M, Desy E, Mesra. *Kajian Dasar Pariwisata [Internet]*. Penerbit Andalan. 2021. Available from:
https://www.researchgate.net/publication/358046065_KAJIAN_DASAR_PARIWISATA
6. Malisti RF, Wahyudi P, Hastari S. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru. 2018;4:23–9.
7. Khusnul Khotimah N, Indah Mustikowati R, Nurdiana Nurfarida I, Fakhruddin mudzakkir M. Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung dan Niat Rekomendasi. *J Manaj dan Keuang*. 2023;12(1):164–77.
8. Ghaitsani S, Prihatini AE. Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Bandengan Jepara (Studi Pada

- Pengunjung Pantai Bandengan Jepara). *J Ilmu Adm Bisnis*. 2020;9(3):284–94.
9. Riadi D, Permadi LA, Retnowati W. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *J Ris Pemasar*. 2023;2(2):38–49.
 10. Susanto B, Astutik P. Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk J Ris Bisnis dan Ekon*. 2020;1(1):36–46.
 11. Mahendra T. Pengaruh Destination Image , Online Customer Review Dan Price Terhadap Revisit Intention Pengunjung. 2024;03(2):492–501.
 12. Susanto B, Nursamsu N. Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Selo Park Nganjuk. *J Ris Entrep*. 2020;3(1):20.
 13. Priyanto R, Widiartono, Listyorini S. Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung. *J Adm Bisnis*. 2016;5(1):217–26.
 14. Rafika A, Nugroho ES. The Effect Of Tourism Product Attributes And Destination Image On Visit Decisions In Sri Baduga Tourism Destination, Purwakarta Regency. *Bus Account [Internet]*. 2021;4:656–64. Available from: www.jatiluhuronline.com
 15. Safitri I, Ramdan AM, Sunarya E. Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *J Ilmu Manaj*. 2020;8(3):734.
 16. Dwi Respati R, Arum Dani L. Pengaruh Persepsi Wisatawan Pada Atribut Produk Dan Brand Image Terhadap Motivasi Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Theme Park Citra Raya World Of Wonderes Cikupa Tangerang Rella. *J Tour Creat*. 2020;
 17. Abdurrohman F, Wibawanto DS. Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *J online stie putra bangsa kebumen [Internet]*. 2021;05(02):50–5. Available from: <http://www.jurnal.uts.ac.id/fr>
 18. Kotler, P., & Keller KL. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education; 2016.

19. Suwanto G. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi; 2004.
20. Hasan A. Marketing Tourism Pertama. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service); 2015.
21. Muljadi A. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa; 2010.
22. Mayasari WM, Budiarmo A. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *J Adm Bisnis*. 2016;4(024):491–500.
23. Mubarak AS. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Memorable Tourism Experience Terhadap Kunjungan Kembali Pada Kampung Wisata Gerabah Desa Gebangsari Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. 2022;(10):1–10.
24. Kotler, P., & Keller KL. Marketing management (13th ed.). Pearson Education.; 2009.
25. Lestari S, Yulita IK, Prabowo THE. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO J Res Bus Econ*. 2022;5(1):1–35.
26. Wisnu IA, Sholahuddin M. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Obyek Wisata Waduk Kedung Ombo. *Value*. 2023;4(1):13–33.
27. Fatimah S. Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Maj Ilm Bahari Jogja*. 2019;17(2):28–41.
28. Assaker, G., & Hallak R. Moderating effects of tourists' novelty-seeking tendencies on destination image, visitor satisfaction, and short-and long-term revisit intentions. *J Travel Res*. 2013;52(5):600–13.
29. Huang, S., & Hsu CHC. Effects Of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, And Attitude On Revisit Intention. *J Travel Res [Internet]*. 2009;48(1):29–44. Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287508328793>
30. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2013.
31. Syahputri AZ, Fallenia F Della, Syafitri R. Kerangka berfikir penelitian kuantitatif.

- Tarb J Ilmu Pendidik dan Pengajaran. 2023;2(1):160–6.
32. Putri Hafsyari Ratulangie, Jihan fiqria AY. Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Revisit Intention. 2025;
 33. Aprisilya T. The Influence Of Product Attributes And Promotion On Tourists ' Decision To Revisit A Tourism Site.
 34. Malikhah S. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. Upajiwa Dewantara. 2023;7(1):28–38.
 35. Anggi Takila Rahmania, Youmil Abrian. Pengaruh Citra Destinasi Dan Atribut Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Destinasi Wisata Alahan Panjang. NAWASENA J Ilm Pariwisata. 2023;2(3):41–50.
 36. Sujarweni. VW. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS; 2015.
 37. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. Multivariate Data Analysis. 8th ed. Cengage Learning; 2019.
 38. Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Alfabeta; 2014.
 39. Mulyana ASK, Arisman A, Pauzy DM. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience. Glob Leadersh Organ Res Manag. 2023;1(4):136–53.

Lampiran 11 Hasil Cek Plagiasi LIP



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 20/10/2025

Kode : 2786732974
Nama : Abdi Manaf
NIM : 202110160311206
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Taman Rekreasi Sengkaling
Persentase Plagiasi : 4%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

CS Berbasis dengan Garisbaku

