

ABSTRAK

Sebagai negara kepulauan dengan wilayah laut terluas di dunia, Indonesia memiliki potensi besar menjadi poros maritim dunia dan merupakan unsur penting bagi kemajuan dan kejayaan sebuah negara. Dengan beragamnya potensi maritim Indonesia, dapat memberikan kontribusi besar bagi kesejahteraan dan kemakmuran rakyat Indonesia oleh karena itu potensi wisata bahari di Indonesia dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian negara maupun perekonomian daerah wisata itu sendiri. Salah satu wisata bahari yang terkenal di Indonesia yaitu Taman Nasional Bunaken. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Destination Image*, *Destination Service Quality*, *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* dengan *Tourist Satisfaction* Sebagai variabel intervening.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang berdomisili diluar Kota Manado dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui online. Hasilnya, diperoleh 168 responden memenuhi kriteria. Kemudian, data tersebut dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modelling* dengan *software Analysis Moment of Structural* (AMOS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*, *Destination Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*, *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan, kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*, *Destination Image* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Revisit Intention*, *Destination Service Quality* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Revisit Intention* serta *Perceived Value* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Kata Kunci : *Destination Image*, *Destination Service Quality*, *Perceived Value*, *Tourist Satisfaction*, *Revisit Intention*.