

PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, *SMART TOURISM TECHNOLOGY*, DAN *AUTHENTICITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KAWASAN WISATA KULINER KAMPUNG BUSTAMAN DI KOTA SEMARANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Manajemen
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

LAYLA WIDJAYA PRARAHESI

NIM.12010121140274

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025