

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Muhammad Syariful, *et al.* (2021). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu." *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 9 No 2, 2021; 337-347.
- Anggraeni, D. (2013). "Persepsi Wisatawan terhadap Variasi Objek Wisata di Pantai Glagah Kulonprogo". *Jurnal Bumi Indonesia*, 2 (4): 1– 8.
- Anugraini, Febi dan Ihsannudin (2021). "Determinasi Minat berkunjung ulang Wisatawan Wanawisata Sumber Biru Kabupaten Jombang Jawa Timur". *Jurnal Agriscience*, Volume 2 Nomor 1 Juli 2021, p. 198-218.
- Apriliyanti, Ester, *et al.* (2020). "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda". *Jurnal Manajemen - Vol. 12 (1) 2020*, 145-153.
- Ari Kadi, Dian C. *et al.* (2021). "Pengaruh Destination Image Terhadap Revisit Intention dan Intention to Recommend Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening". *MBR (Management and Business Review)*, 5 (2) 2021, 176-187.
- Alonso, Duarte A., Sakellarios, N., dan Pritchard, M. (2015). "The Theory of Planned Behaviour In The Context Of Cultural Heritage Tourism". *Journal of Heritage Tourism*, 10 (4), 399–416
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artuğer, S., *et al.* (2013). "The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: Application in Alanya". *European Journal of Business and Management*, 5 (13) : 124-136.
- Bachtiar, M. Latief. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul*. Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Barreto, M., dan Giantari, I Gusti A. (2015). "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". *E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 4 (11).
- BPS. (2020). *Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia Desember 2019 Mencapai 1,38 Juta Kunjungan*. bps.go.id.

- Chang, L.-L., F. Backman, K., dan Chih Huang, Y. (2014). "Creative Tourism: A Preliminary Examination Of Creative Tourists' Motivation, Experience, Perceived Value And Revisit Intention". *International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research*, 8 (4), 401–419.
- Chen dan Pao. (2013). "Factors Influencing Brand Association". *African Journal of Business Management*, 7 (19): 1914-1926.
- Chi, & Qu. (2008). "Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach". *Science Direct Tourism Management* 29 : 624-636
- Chiu, W., Zeng, S., dan Cheng, P. S. T. (2016). "The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. International". *Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223-234.
- Chung, N., Han, H., dan Joun, Y. (2015). "Tourists' Intention To Visit a Destination: The Role of Augmented Reality (AR) Application for a Heritage Site". *Computers in Human Behavior*, 50, 588–599.
- Coban, S. 2012. "The Effects of The Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia". *European Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.
- Cole, Shu Tian & David Scott. (2004). "Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 16 Issue 1; 79-90.
- Cyasmoro, Verry. (2020). "Analisis Pengaruh Promosi, Brand Awareness, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan Di Situ Gintung Park Dan BSD Ocean Park Kota Tangerang Selatan". *Jurnal Eduturisma*, Edisi ke-8, Volume IV Nomor 2.
- Dalimunthe, M.B. (2017). "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk". *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*.
- Damanik, Darwin, et. al. (2022). *Ekonomi Pariwisata: Konsep, Pemasaran dan Pembangunan*. Pematangsiantar: Yayasan Kita Menulis.
- Darojat, I. (2021). "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World)". *Dynamic Management Journal*, 5 (1), 23–37.
- Databoks. (2018). *Berapa Pendapatan Devisa dari Sektor Pariwisata Indonesia?*. Databoks.katadata.co.id.
- Dinporabudpar. (2022). "Kajian Kelayakan Bisnis Taman Apung Mas Kemambang". Purwokerto: Dinporabudpar Kabupaten Banyumas.

- Farida, N. (2014). "Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang". *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4 (2), 184–191.
- Hanif, A., Kusumawati, A., Mawardi, M. K. (2016). "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 38 No. 1.
- Hasan, M.K., *et al.* (2019). "The Antecedents of Tourist Attitudes to Revisit and Revisit Intentions for Coastal Tourism". *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13 (2), 218–234.
- Higgins, F. (2018). "Event Tourism and Event Imposition: A Critical Case Study from Kangaroo Island, South Australia". *Tourism Management*, 64, 73–86.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo: Jakarta.
- Iranita, dan Alamsyah, P. (2019). "Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata terhadap Minat Kunjungi Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan". *Jurnal Bahtera Inovasi*, 2(2),
- Ismail, F. Fariz dan Sri Setyo Iriani. (2021). "Pengaruh Event Pariwisata Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Berkunjungi". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 9 Nomor 4.
- Kasali, Rhenald. (2017). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kahuno, M. N. (2017). "The Case Of Lamu Cultural Festival In Kenya". *University of Pretoria*, 04 (2017-03–31), 26.
- Kemenparekraf/Baparekraf. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Kemenparekraf.go.id.
- Keliwar, Said dan Anton Nurcahyo. (2015). "Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda". *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. 12(1): 10-27.
- Khalik, Wahyu. (2014). "Kajian Kenyamanan dan Keamanan Wisatawan Di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok". *Jurnal Jumpa*, Volume 01, Nomor 01, Juli 2014.
- Komalasari, E.D. (2019). "Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung)". *Hasil Penelitian*. Lampung: UIN Raden Intan.

- Kotler, Phillip dan K.L. Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kövári, István dan Zimányi, Krisztina. (2011). *Safety and Security in the Age of Global Tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism)*. Budapest. Agroinform Publishing House.
- Kurihara, Takeshi. 2010. "Foreign Visitor's Evaluation on Tourism Environment." *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 8.
- Lestari, Siti, *et al.* (2022). "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan)". *Exero Journal of Research in Business and Economics*, Vol 5, No 1, Mei 2022, 1-35.
- Loi, L.T.I., *et al.* (2017). "Does The Quality of Tourist Shuttles Influence Revisit Intention Through Destination Image and Satisfaction? The Case of Macao." *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 115–123.
- Makalew, Arlen J.L. *et al.* (2019). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan pada Objek Wisata Alam Batu Angus di Bitung". *Jurnal EMBA*, 7 (3), 2631–2640.
- Mansour, J. S. A., dan Ariffin, A. A. M. (2017). "The Effects of Local Hospitality, Commercial Hospitality and Experience Quality on Behavioral Intention in Cultural Heritage Tourism". *Journal of Quality Assurance in Hospitality dan Tourism*, 18 (2), 149–172.
- Marlina, Neny. (2019). "Kemandirian Masyarakat Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism: Studi Kasus Desa Ketengger, Kabupaten Banyumas". *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol. 4, No. 1, 2019, 17-26
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Muljadi. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Murwatiningsih, dan Yulianto, A. (2017). "The Use of Technology of Acceptance Model (TAM) to Recognize the Graduate Students' Behaviours in Using Sistem Akademik Terpadu (The Integrated Academic System/ Sikadu)". *International Journal of Electronic Research*, 14 (12), 415–422.

- Noerhanifati, Sabila, *et al.* (2020). “Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang”. *Jurnal Industri Pariwisata*, Vol 3, No. 1, 2020; 61-73.
- Nuraeni, Bellinda Sofia. (2014). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang”. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23 No. 1 Juli 2014.
- Panggabean, F.Y., *et al.*, (2018). “Analisis Literasi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Kota Medan”. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Pakarti, S., Andriani, K., dan Mawardi, Kholid m. (2017). “Pengaruh City Branding dan Event Pariwisata terhadap Keputusan Berkunjung serta Dampaknya pada Minat Berkunjung Kembali ke Kabupaten Banyuwangi”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47 (1), 1–8.
- Paludi, Salan. (2016). “Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan”. *Tesis*. Program Magister Manajemen Institut Bisnis Nusantara, Jakarta.
- Pendit, Nyoman S. (2012). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Permana, M.V. (2013). “Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan”. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4 (2)
- Petrack, James F., *et al.* (2011). “An Examination of the Determinants of Entertainment Vacationer’s Intentions to Revisit.” *Journal of Travel Research*, Vol. 40.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, P.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pratminingsih, S. (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)
- Prastiyanti, Dinda Puspa dan Yulianto. (2019). “Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Volume 2, No. 2, October 2019.

- Prayag, G., dan Ryan, C. (2012). "Antecedents Of Tourists' Loyalty To Mauritius: The Role And Influence Of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, And Satisfaction". *Journal Of Travel Research*, 51 (3), 342–356.
- Pujiyati, Holil dan I Putu Gde Sukaatmadja. (2019). "Anteseden Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual Di Bali". *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 1, 2019 : 21-39
- Razzak, M., Nur Fitriyah, dan Muhammad Faisal. (2019). "Fungsi Komunikasi Pariwisata Pada Kelompok Sadar Wisata Di Teluk Seribu Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Manggar Baru". *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7 (3): 140-154.
- Safitasari, C. dan Maftuhah (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung". *Management Analysis Journal. Management Analysis Journal*, 1 (2), 120–128.
- Samsudin, A., dan Worang, F.G. (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.
- Satriawan, Aditya *et al.* (2022). "Analisis Destination Image Terhadap Revisit Intention Melalui Satisfaction dan Place Attachment: Literature Review". *Jurnal Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 16 No. 1.
- Setyaningsih, S dan Murwatiningsih. (2016). "Pengaruh Motivasi, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Pengunjung pada Purbasari Pancuran Mas Purbalingga". *Management Analysis Journal*. 5 (3).
- Sharma, G.D., Thomas, A., dan Paul, J. (2021). "Reviving Tourism Industry Post-Covid-19: A Resilience-Based Framework". *Tourism Management Perspectives*, 37 (October 2021).
- Shofihara, I. J. (2020). 2.768 Usaha Pariwisata Tutup Akibat Covid-19, Pemprov Jabar Susun Strategi. Kompas.com. [https:// regional.kompas.com /read/2020/04/18/11010981/2768-usaha-pariwisata-tutup-akibat-covid-19-pemprov-jabar-susun-strategi](https://regional.kompas.com/read/2020/04/18/11010981/2768-usaha-pariwisata-tutup-akibat-covid-19-pemprov-jabar-susun-strategi).
- Simamora, Bilson. (2012). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Simarmata, Asianna Martini, *et al.* (2021). "Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir". *Jurnal Imiah Dinamika Sosial*, Volume 5 Nomor 2.

- Sopyan, I. W. (2015). "Anteseden Minat Berkunjung Ulang (Studi Pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang)". *Jurnal Ekonomi Universitas Diponegoro*, 4 (2), 1–9.
- Song, Z., Su, X., dan Liaoning Li. (2017). "The Indirect Effects Of Destination Image On Destination Loyalty Intention Through Tourist Satisfaction And Perceived Value: The Bootstrap Approach". *Journal Of Travel And Tourism Marketing*, 30 (4), 386–409.
- Sugianto, dan Marpaung, H. (2020). "Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara". *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 101–116.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyafani, Arrahma dan I Gede Anom Sastrawan. (2021). "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pantai Pandawa Bali". *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 9 No. 1.
- Sun, X., *et al.* (2013). "Developing Destination Loyalty: The Case of Hainan Island". *Annals of Tourism Research*, 43 : 547-577.
- Sutisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro, G. (2014). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Suwarduki, P., Yulianto, E., dan Mawardi, M. (2016). "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Indravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata Di Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 37 (2), 1–10.
- Syahrul, A. R. (2015). "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali ke Aloita Resort di Kabupaten Kepulauan Mentawai". *Jurnal Pelangi*, Vol. 7 (1), 71–82.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. (2011). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata.

Utama, I Gusti Bagus Rai. (2016). “Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia”. *Jurnal Kajian Bali*, Volume 06, Nomor 01, April 2016.

Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Setia

Yoeti, Oka A. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Zhang, Yi. (2015). “The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review”. *Open Journal of Business and Management*, 2015, 3, 58-62.

Zebua, M. (2016). *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublis.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed.* Mc.Graw-Hill. Boston.

