

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alves, H., Campón-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Enhancing rural destinations' loyalty through relationship quality. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 23(2), 185–204.
- Ananditya, A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 6(2), 98–106.
- Andriasari, S. (2021). Kajian Sistem Informasi Akademik Untuk Efektivitas Dan Pengembangan Menggunakan Sem Dan Amos Studi Kasus Amik Lampung Bandar Lampung. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(7), 327–334.
- Arifin, M. N., Wajdi, M. F., & others. (2023). MINAT BERKUNJUNG ULANG DAN WORD OF MOUTH PENGUNJUNG PADA DE TJOLOMADOE. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(2), 659–672.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga. (n.d.). *Banyaknya Pengunjung Objek Wisata Menurut Bulan di Kabupaten Purbalingga (Orang), 2019-2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga. <https://purbalinggakab.bps.go.id/indicator/16/83/1/banyaknya-pengunjung-objek-wisata.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga. (2023). *Kabupaten Purbalingga Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga.

<https://purbalinggakab.bps.go.id/publication/2023/02/28/5869f3ccc17f3fc31d2856ca/kabupaten-purbalingga-dalam-angka-2023.html>

- Caroline, C. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention Cory. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention*, 15(2), 72–80.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., Lai, H., & Chang, C.-M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems*, 53(4), 835–845.
- Cho, H., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2020). Sport tourists' team identification and revisit intention: Looking at the relationship through a nostalgic lens. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(6), 1002–1025.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Damanik, D. M., Iranita, & Kurniawan, R. (2021). Dampak Electronic Word of Mouth (E-Wom), Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Objek Wisata Tanjung Setumu Pulau Dompok Kota Tanjungpinang). *Student Online Journal*, 2(2), 1348–1357. <http://www.bioline.org.br/>
- 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.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 1–6.
- Dewi, M. R., Soeliha, S., & Ediyanto, E. (2022). PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA KAMPUNG BLEKOK DALAM MENENTUKAN

MINAT BERKUNJUNG KEMBALI TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *PROSIDING
SEMINAR NASIONAL UNARS*, 1(1), 220–226.

Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 271–282. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i4.41>

Ferdinand, A. (2002). SEM Dalam Penelitian Manajemen. *Semarang: BP-UNDIP*.

Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80–105.

Fitriani, M., Syaparuddin, S., & Edy, J. K. (2021). Analisis faktor--faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 19–28.

Ghofur, A., & others. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sego Njamoer (Studi pada Gerai Sego Njamoer Foodcourt Royal Plaza Surabaya). *Jurnal E-Bis*, 5(2), 380–394.

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IMB SPSS. *Semarang: Universitas Diponegoro*.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470.

Ghozali, I., & Fuad, M. (2008). Structural equation modeling. *Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang*.

Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan

pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.

Haliman, Y., & Tan, P. S. (2023). An Analysis of Theory of Planned Behavior (TPB) on Revisit Intention : Mediating Effect of Attitude to Visit. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(2), 344–355. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/ijedr/article/view/2232>

Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). *Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan (Studi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Batu)*. Brawijaya University.

Harahap. (2018). *Daya tarik, Aksebilitas, Fasilitas dan Pelayanan tambahan yang ada di objek wisata PBP (Palembang Bird Park)*. 1(2), 6–43.

Huang, Y.-C., & Liu, C.-H. S. (2017). Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1854–1872.

Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>

Isnania, F. N., & Budiono, A. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Di Pengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 331–345.

Kabupaten, D. I., Provinsi, P., & Tengah, J. (2014). *Pola kemitraan dalam pengembangan pariwisata di kabupaten purbalingga provinsi jawa tengah*. 171–190.

Kadek Ayu Yulianti dan Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat, N., Kadek Ayu

- Yulianti, N., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (2023). *Dampak Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat* (2) (1)(2). 3(4), 672–686.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management, millenium edition*. Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kumala, D. N. T., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). PENGARUH DAYA TARIK, AKSESIBILITAS, DAN HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat Wisata Telaga Ngebel). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 5(September 2023).
- Lestari, G. A. M., Sudarijati, & Samsuri. (2023). *JURNAL SILVI MEILINDA 3 . pdf 4406 Words Jul 4 , 2023 7 : 19 AM GMT + 7 25 % Overall Similarity Excluded from Similarity Report*.
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (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.
- Lopes, S. D. F. and others. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9, núm. 2, abril, 2011, pp. 305-315 Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315.
- Mahasuweerachai, P., & Qu, H. (2011). *The impact of destination image on value, satisfaction, and loyalty: Moderating effects of tourist characteristics and involvement*.
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2020). Analisis Pengaruh

Citra Destinasi, Lokasi dan Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(2).

Maisaroh, S., Studi, P., Bisnis, M., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). (*Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang*).

Miskan, S. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada wisatawan Pantai Lariti Kabupaten Bima). In *Jurnal Manajemen*.

Moore, M. (2012). Interactive media usage among millennial consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6), 436–444.

Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., غسان, د., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.

Ningrum, I. J. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK WISATA, DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengunjung Umbul Pengging Boyolali)*.

Oktaviani, D., & Silaningsih, E. (2022). Pengaruh Customer Experience terhadap minat berkunjung Kembali di Wisata Alam Seville di Kabupaten Cianjur. *Karimah Tauhid*, 1, 543–560.
<https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/7044>
<https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/download/7044/3333>

Paludi, S. (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. *Panorama Nusantara*, 11(1).
- Pariwisata, J. I. (2022). *Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di taman nasional gunung halimun salak*. 4(2), 94–101.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Putri, A. F., & Ferdian, F. (2023). Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Daya Tarik Ekowisata dan Edukasi. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(2), 104–113.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476.
- Quintal, V. A., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4), 554–578.
- Ramseook-Munhurrin, P., Lukea-Bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public service. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3(1), 37–50.
- Riadi, D., Permadi, L. A., Retnowati, W., Ekonomi, F., Mataram, U., Wisata, D., & Bilebante, H. (n.d.). 1 2 , 3. 1, 38–49.
- Riadini, B., & Bari, A. (2018). *Perencanaan Sukses: Urgensi, Model, dan Implementasi*. Deepublish.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*

Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3).

- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 122–132. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>
- Sari, A. M. (2014). *Penerapan Konsep Green Economy dalam Pengembangan Desa Wisata sebagai Upaya Mewujudkan Pembangunan Berwawasan Lingkungan (Studi pada Dusun Kungkuk, Desa Punten Kota Batu)*. Brawijaya University.
- Sari, U. P., & Bachri, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *JAMUT (Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako)*, 8(3), 208.
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Destination satisfaction and revisit intention of tourists: does the quality of airport services matter? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 134–148.
- Stylos, N., & Andronikidis, A. (2013). Exploring the cognitive image of a tourism destination. *Tourismos*, 8(3), 77–98.
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, 4(9), 1–

12.

Suwantoro, G. (2019). *Dasar-dasar pariwisata*.

Timurti, C. S., & Nugraha, H. S. (2020). PENGARUH HARGA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN (Studi pada Wisatawan Umbul Sidomukti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 75–82.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27219>

Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*, edisi pertama. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*, Bayumedia. Malang.

Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Cetakan Ketiga*. Bandung: Gramedia Pustaka Utama.

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.

Ventura, C. Y. (2018). *Pengaruh Pengalaman Pengunjung, Citra Destinasi Dan Sosial Media Melalui Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*.

Waluyo, T. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali: Studi Pada Hotel X Kota Pekalongan. *Ilmu Dan Budaya*, 41(71).

Wanda, S. S. (2017). Efektivitas Pemanfaatan Website dalam Rangka Promosi Produk dan Peningkatan Penjualan Studi Kasus PT. Amonindo Utama. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 4(2).

Wibowo, S. F., Sazali, A., & RP, A. K. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction toward revisit intention of Setu Babakan Betawi cultural village. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136–156.

Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan

Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass. *Universitas Negeri Yogyakarta*.

Wiweka, K., Wachyuni, S. S., Rini, N. A., Adnyana, I. N., & Adnyana, P. P. (2019). Perilaku berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(3), 313–334.

Yuliana. (2019). JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 1–8.

Zaenuri, M. (2012). Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi. *Jogjakarta: E-Gov Publishing*.

Zain, Nor, Zahari, M. S. M, Hanafiah, M. H. M. (2018). *162-441-1-Sm*. 15(1), 21–36.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.

Zen, Z. W., Albar, B. B., & Mayasari, H. (2017). Daya Tarik Wisata dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–12.