

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, F., & Wibawanto, D. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Online Stie Putra Bangsa Kebumen*, 05(02), 50–55.
- Ahmad Rizqi Al Aisar, N. Rachma, R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga Tiket, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Alam Setigi Gresik*. 12(01).
- Aini, N. (2019a). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Citra Destinasi terhadap *Word of Mouth* melalui Kepuasan Konsumen pada Wisata Edukasi Taman Botani Sukorambi *Repository.Unej.Ac.Id*.
- Ajzen, F. &. (1980). *Theory of Reasoned Action (TRA)*.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Umbul Pengging Boyolali)*. July, 1–23.
- Arevin, A. T. (2024). *Analysis of the Effect of Prices and Quality of Facilities on Tourist Visit Decision*. 12(3), 893–900.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223.
<http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1478>
- Bhat, S. A., & Darzi, M. A. (2018). Antecedents of tourist loyalty to tourist destinations: a mediated-moderation study. *International Journal of Tourism Cities*, 4(2), 261–278. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2017-0079>
- Charles Lamb. (2001). *Pemasaran Edisi Pertama* (Edisi Pert).
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>

- Dewi, M. R., Soeliha, S., & Ediyanto. (2022a). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Kampung Blekok dalam Menentukan Minat Berkunjung Kembali terhadap Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Nasional*, 220–2026.
<http://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2450%0Ahttps://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/download/2450/1835>
- Fahmi Alif Aldianto, Agus Eko Sujianto, M. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi dan Strategi Positioning terhadap Keputusan Berkunjung pada Destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung*.
- Galih Wisnu Wardhana. (2021). *Faktor Anteseden Kepuasan Pengunjung Wisata Puro Mangkunegaran, Surakarta*. 5(2).
- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (ed.); 4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Vol. 1, Issue 1).
- Haniek Listyorini, Andhi Supriyadi, Gana Wuntu, Febe Humble Kristanto, A. R. A. (2024). *Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali*.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi dan Aksesibilitas pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hasan, A., & Hamid, N. A. (2021). Analisis Persepsi Harga, Suasana Café, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Zero Cafe Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"*4(2), 271.
<https://doi.org/10.32529/jim.v4i2.762>
- Hayati, S., & Junaidi, M. R. (2023). *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Layanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Konsumen Wisata Tebing Breksi ...* [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6463/1/Sofia NH- Skripsi Fix.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6463/1/Sofia%20NH-Skripsi%20Fix.pdf)

- Indriani, C. D. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas dan Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Pangandaran Provinsi Jawa Barat. In *Skripsi*. Jawapos. (2024). *Harga tiket wisata didaerah Ngawi*.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940–960. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>
- Josua May Rio Putra Pakpahan, J. S. M. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Bukit Holbung di Kabupaten Samosir. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 45–53.
- Kalalo, S. N. A., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 10(4b), 382–392.
- Khoirrani, N., & Silitonga, P. (2023). E-Wom, Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Wisatawan melalui Keputusan Berkunjung di Museum Macan. *Human Capital Development*, 10(2), 1–17.
- Klein, R. &. (2021). *Theory Of Reasoned Action (TRA)*.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga. p125.
- Kunjungan, J. (2022). *Handayani (2022)- Analisis Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik ,Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop di Kintamani Bali.375*, 1–45.
- Kurniawan, R., & Hanifah, R. D. (2023). Pengaruh Fasilitas terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Tamu sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Novotel Jakarta Gajah Mada). / *131* /, 15(1), 131–146.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM.
- Lestari, E., & Djunaid, I. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol. *Pesona Hospitality*,

15(2), 37–46.

- Listyo Anggraita, S. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i2.2933>
- Maula, I. (2023). *Pengaruh Akebilas, Word of MOuth dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang Jawa Barat*. July, 1–23.
- Maulana, R., Raharjo, J. S. D., & ... (2024a). ... Digital Marketing, Citra Destinasi dan Harga Tiket Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus di Tempat Wisata DM *Prosiding Seminar ...*, 160–166. <http://kampus.stiabanten.ac.id/ojs/index.php/pena/article/view/160%0Ahttp://kampus.stiabanten.ac.id/ojs/index.php/pena/article/download/160/150>
- Maulana, R., Raharjo, J. S. D., & ... (2024b). ... Digital Marketing, Citra Destinasi dan Harga Tiket Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus di Tempat Wisata DM *Prosiding Seminar ...*, 160–166.
- Maulidiyah, I. A., & AS, F. (2024). *Peran Media Sosial dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan melalui Keputusan Berkunjung pada Desa Wisata Kabupaten Sampang*.
- Nafis, R. W. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang)*.
- Nugroho Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Nursia, M. R. (2023). *Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pantai Ratu Intan Tarakan)*. 6(2), 245–250.
- P Kotler, G. A. (2019). *Principles Of Marketing, Volume 1, Issue 12*.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran 1* (Edisi kedua). Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*.

- Pratmika, W. P., & Parmin, P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth (WoM), dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(6), 677–686. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i6.495>
- Purwanto, H., Djatmika, E. T., Pratikto, H. H., & Winarno, A. (2024). the Influence of Souvenir Shopping and Destination Image on Digital Advocacy Behavior Through Tourist Satisfaction in Magetan District, Indonesia. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(3), 1–25. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n3-096>
- Rendusara, T. H., & Suhud, U. (2024). The Influence Of Destination Image On`On`Travel Motivation, Perceived Value, And Electronic Word Of Mouth To Revisit Intention At The “Corner Of Story” Art Museum Of Bandung City. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 4(1), 191–204. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Reno Catelya Dira Oktavia, Adam Rachmatulla, Oktovianus, Mimi Enggriani, S. M. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Traditional Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai variabel Mediasi di Situ Cipondoh, Kota Tangerang, Provinsi Banten.*
- Reza, M., Neda, J., Reza, M., Neda, J., Jafari, A., Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). *Article information :*
- Rizqika Solekhah, Muhammad Syaifulloh, & Ari Kristiana. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth (WOM) Atau Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Tia Sprei. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 78–90. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.83>
- Sabri, S., Syarifudin, S., & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 112–126. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.291>
- 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>
- Shafiyah, N., Praswalita, R., Lihardo, Y., Saragih, F., & Anggela, D. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Universitas Simalungun*. 2023, 2(3), 160–165.
- Sinaga, O. S., Putri, D. E., Banjarnahor, A. R., Halim, F., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). Mampukah Citra Merek, Fasilitas dan Kepercayaan Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Taman Hewan Kota Pematangsiantar. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 151. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1447>
- Sugiyono. (2016). *Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan accidental sampling*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 4(1).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Presepsi Harga terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 15–29. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>
- Suparman, N. R., & Vitaharsa, L. I. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Safari Bogor Nisrina Rohaina Suparman (1) , Leonardo Indra Vitaharsa (2). *Jurnal Panorama Nusantara*, 17(2), 1–13. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>
- Susilaningtyas, W. H., Budiono, K., & Fansuri, H. (2021). Pengaruh Harga, Word of Mouth, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Cak Kebo Sumpersari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 2(5), 14–23.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik pada Destinasi Wisata Kota

- Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.
- Syamsi, I. (2021). (*Studi Kasus di Objek Wisata Waturumpuk Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun*) SKRIPSI Oleh : SULISTYORINI Pembimbing : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO 2021.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 379–390. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2013>
- Wang, J., & Chen, X. (2025). Balancing Tourism Seasonality: The Role of Tourism Destination Image (TDI) and Spatial Levels (SLs). *Sustainability (Switzerland)*, 17(6), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su17062569>
- Wenur, H. F., Agus Wikanatha Sagita, P., & Kristianto, Y. (2023). Pengaruh Citra Destinasi dan E-Wom terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke Pulau Lihaga, Sulawesi Utara. *Jurnal IPTA*, 11(2), 74. <https://doi.org/10.24843/ipta.2023.v11.i02.p11>
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4(3), 1–20.
- Yosandri, B. E. N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Di Lembah Tepus Bogor*, 7(Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas), 1–23.
- Yuyun Mardiyani, M. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.

Zang, Z., Fu, H., Cheng, J., Raza, H., & Fang, D. (2024). Digital Threads of Architectural Heritage: Navigating Tourism Destination Image Through Social Media Reviews and Machine Learning Insights. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 00(00), 1–18.
<https://doi.org/10.1080/13467581.2024.2399681>