

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Meshall Al-Tal, R., & Eluwole, K. K. (2017). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>
- Alkhisa, S. T., & Wulandari, D. P. (2023). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN BERKUNJUNG DI DAYA TARIK WISATA AIR PANAS SEMURUP DITINJAU DARI PUSH FACTOR DAN PULL FACTOR*. 6.
- Anggara, A. D. (2022). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4*.
- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 179. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p08>
- Ardiansyah, Y. (2021). *DAYA TARIK, CITRA DESTINASI, DAN FASILITAS PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG PADA OBJEK WISATA WAHANA SURYA BENGKULU TENGAH*.
- Ariesta, D., Sukotjo, E., & Suleman, N. R. (2020). *The Effect Of Attraction, Accessibility And Facilities On Destination Images And It's Impact On Revisit Intention In The Marine Tourism Of The Wakatobi Regency*. 9(03).
- Bagozzi, R. P. (1986). *Principles Of Marketing Management*. Science Research Associates.
- Cahyanti, M. M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi pada wisatawan “Kampung Warna Warni” di Kota Malang). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 25(1), 12. <https://doi.org/10.35606/jabm.v25i1.347>
- Desembrianita, E., & Ruslin, R. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA HOTEL OVAL SURABAYA. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(2), 345. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.1602013.id>

- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric Qualities Of Online Retailing: A Conceptual Model And Implications. *Journal Of Business Research*, 54(2), 177–184. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00087-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00087-9)
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadi, S. 2004. *Analisis regresi*. Penerbit Andi.
- Halimah, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA HOTEL UBUD MALANG). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (t.t.). *PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN*. 38(1).
- Hidayat, T. T. N. (2017). PENGARUH AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE TELAGA TAMBING. *On Line*, 3(2).
- Hovland, C. I. (1953). *Communication And Persuasion: Psychological Studies Of Opinion Change* (Vol. 10). Yale University Press.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). PENGARUH FASILITAS WISATA, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG PADA WISATA WEGO LAMONGAN. *Ecopreneur*.12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Junaedi, S., & Harjanto, J. (2020). Examining the effect of destination awareness, destination image, tourist motivation, and word of mouth on tourists' intention to revisit. Dalam *Advanced issues in the economics of emerging markets* (hlm. 27–38). Emerald Publishing Limited.

- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bocor di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.148>.
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(1), 37–43. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i1.136>
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. 2011. “Destination image: Origins, Developments and Implications.” *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2), 305–315.
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). *PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN MARGASATWA RAGUNAN JAKARTA*.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2 Oktober), 144–155.
- Nuraeni, B. S., Ferdinand, A. T., & Sufian, S. (2013). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museum rattagarsita Semarang*.
- Permadi, L. A., Ula, L. V., & Sakti, D. P. B. (2020). Pengaruh E-Wom Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Pantai Senggigi Di Tengah Wabah Covid-19. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 9(2).
- Rahmawati, N., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2021). THE INFLUENCE OF ATTRACTION, LOCATION, AND SERVICE QUALITY ON REVISIT INTENTION TO SESAOT RURAL TOURISM. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 10(1A), 43–57. <https://doi.org/10.29303/jmm.v10i1a.636>

- Sari, A. N., & Suyuthie, H. (2022). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman*. 6.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Sinaga, F., Fitriani, S., Uhai, S., & Ali, H. M. (t.t.). Implementasi Nilai Kemandirian Dalam Meningkatkan Pengembangan Sektor Pariwisata Pulau Lombok: Studi Kasus Patung Putri Mandalika.
- Sirait, H., & Puddin, K. (2018). PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA BUKIT GIBEON KECAMATAN AJIBATA KABUPATEN TOBA SAMOSIR. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.24114/plans.v13i1.9815>
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastyono, A. (2016). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel, Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.*
- Sulistiyono, D., Sanaji, S., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Kawasan Wisata Telaga Sarangan Magetan). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 2717–2736.
- Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972>

- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. 2009. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Utama, I. P. H. B., & Gintari, I. G. A. K. (2020). PERAN CITRA DESTINASI MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1230. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p01>
- Utami, S. P., & Riptiono, S. (2024). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention (Studi pada Wisatawan Goa Jatijajar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, 6, 634–650.
- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN PADA DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN BADUNG. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 279. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10>
- Wusko, A. U., & Auliyah, K. (2024). Pengaruh Destination Image Dan Customer Experience Terhadap Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Taman Safari Indonesia Ii Jatim (Survei Pada Pengunjung Taman Safari Indonesia Ii Jatim). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 208–220.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.