

DAFTAR PUSTAKA

- Aqil, Ikham. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, destination image Dan Tourist Attitude Terhadap Revisit intention Taman Wisata GeoPark Silokek Sijunjung. Diss. Universitas Andalas, 2023.
- Assael, Henry, 1998. Costumer Behavior And Marketing Action, Keat Publishing
- Azwar, S. 2003. Sikap Manusia, Teori Dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Baker, D. And Crompton, J. 2000. Quality, Satisfaction And Behavioral Intentions. *Annals Of Tourism Research*, 27, 785-804.
- Bolton, Ruth N. Dan Drew, James H. (1991). A Multistage Model Of Customers' Assess- Ments Of Service Quality And Value. *Journal Of Consumer Research*, Vol. 17, March, Pp. 375- 384.
- 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.
- Fullerton, Gordon & Shirley Taylor (2000)., *The Role Of Commitment In Service Relationship*, Kingston, Ontario: School Of Business Acadia University, Limited Publication. P.3-18.
- Ghozali 2009. *Ekonometrika, Teori Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss 17*. Semarang:
- Ghozali 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss*. Semarang :
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*.
- 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.
- Hidayati Ira dan Siti Khoiriyah. 2015. "Pengaruh Corporate Image Pada Customer Satisfaction oleh Servicecape dan Employess". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Universitas Sebelas Maret. Vol. 13. No. 2. HAL. 101-110
- Kotler Dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Glora. Aksara Pratama.

- Kotler, Philip. & Keller. K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Toga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Ardan. B. 2017. *Pengaruh Novelty Seeking Dan Citr Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa. Kebumen.
- Martinez, S.C., Garau, V.J.B., Martinez, R.M.P. 2010. *Factor Influencing Repeat Visits To A Destination: The Influence Of Group Composition*. Jurnal
- Mla Kotler, Philip, And Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2." *Jakarta. Penerbit Erlangga* (2009).
- Mukarromah, F. (2021). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Sumber Adventure Centre (Sac) Kutoarjo* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oka, I.M.D Dan Ida, A.K.S. 2013. "Imae Daya Trik Wisata Alas Kedaton Di Desa Kukuh, Marga, Tabanan". *Soshum Jurnal Sosial Dan Humaniora*. Vol.3, No.2, Halaman 202-211.
- Schiffman Dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon G Dan Kanuk, Lesley L. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education. 2010. *Semarang*: Universitas Diponegoro.
- Setiady, T. Erry, S. dan Rosita. 2015. "Serviscape Influence To Visitor Satisfaction At Lembang Floating Market". *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*. Vol. 12, No.1
- Sri Utami Rahayuningsih. (2008). *Sikap (Attitude)*.
- Sugiyono 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan Spss*.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset.

- 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.
- Yoeti, Oka A. (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas
- Zeithaml, V.A M.J Binter Dan Gremler. 2009. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, 15edition.
- Zeithaml, V.A. "Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence," *Journal Of Marketing*(52:3) 1988, Pp 2-22.