

DAFTAR PUSTAKA

- Assaker, G., Vinzi, V. E., & O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management*, 32(4), 890–901.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 43(4), 328–338.
- 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.
- Disparbud Wonosobo. (2020a). *Data Pengunjung dan Pendapatan Wisata Kabupaten Wonosobo*. Wonosobokab.Go.Id.
<https://disparbud.wonosobokab.go.id/postings/detail/1031240>
- Disparbud Wonosobo. (2020b). *Desa Wisata Unggulan di Kabupaten Wonosobo*. Wonosobokab.Go.Id. <https://disparbud.wonosobokab.go.id/>
- Hadari, N., & Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Cetakan V: Jakarta: Asdi Maha Satya.

- Hartik, A. (2016). *Banyak Tempat Wisata di Indonesia yang Kotor dan Tidak Aman*. Travel.Kompas.Com.
<https://travel.kompas.com/read/2016/09/10/195023427/banyak.tempat.wisata.di.indonesia.yang.kotor.dan.tidak.aman>
- Imam, G. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.*
- kemenparekraf. (2020). *Index), TTCI (Travel and Tourism Competitive*.
Kemenparekraf.Go.Id. <https://tci.kemenparekraf.go.id/>
- Kiswanto, A. (2017). Pengaruh Kenyamanan Fasilitas Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali ke Kawasan Wisata Goa Rancang Kencana dan Air Terjun Sri Gethuk Gunungkidul Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah, 11(01), 27–38.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. *Jakarta: Erlangga, 14.*
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti dan menulis tesis?*
- 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.*

- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2002). *The tourism system*. Kendall Hunt.
- Pigram, J. J., & Wahab, S. (2005). *Tourism, development and growth: the challenge of sustainability*. Routledge.
- 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.
- Rajesh, R. (2013). Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: A conceptual model. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11*(3), 67–78.
- Spillane & James, J. (1994). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sugiyono, M. (2007). *Kualitataif dan r&d*, Bandung: Alfabeta, 2010. *Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D Bandung: Alfabeta*.
- Suryadana, M. (2015). *Pengantar pemasaran pariwisata*.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar pariwisata*.
- 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.

Witt, S. F., & Moutinho, L. (1989). *Tourism marketing and management handbook*. Prentice Hall.

Yang, S., Hu, M., Winer, R. S., Assael, H., & Chen, X. (2012). An empirical study of word-of-mouth generation and consumption. *Marketing Science*, 31(6), 952–963.

Yusuf, M. (1982). Pengantar ilmu pendidikan. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.

Zeithaml, V. A. (2018). Service Quality Dimensions. *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th Ed.)*. MC Graw Hil Education.