

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, C. U. (2023). *Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan (Studi Masyarakat Muslim Di Kota Metro)*. (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Aditya, A. (2010). *Visi dan Misi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ahmad Ab. (2018). *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2018*. 20(3). Retrieved from <http://repository.poltekparmakassar.ac.id/146/>
- Aini, W., Ridwan, M., and Emrizal, E. (2019). Perencanaan Paket Wisata Sejarah Lembah Bakkara Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(2), 59-63. Retrieved from <https://journal.poltekparmakassar.ac.id/index.php/pusaka/article/download/21/18>
- Algifari. (2017). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Andara, R. (2024). *Analisis Tingkat Spiritual, Pendapatan Wisatawan, Dan Daya Tarik Wisata Sebagai Penentu Kunjungan Wisatawan Curug Badak Cisayong Kabupaten Tasikmalaya*. (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Angelica, G., and Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh daya tarik wisata terhadap revisit intention di Museum Wayang kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133. Retrieved from <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/download/7855/3361>
- Arfani, M. (2020). *Pengaruh persepsi daya tarik objek wisata dan motivasi wisatawan terhadap minat kunjung ulang objek wisata Dermaga Kereng Bangkirai*. (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Bickman, L., and Rog, D. J. (1998). *Handbook of applied social research methods*. Sage Publications, Inc.
- Chi, C. G. Q., and Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001525>
- Coban, S. (2012). *The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: the case of Cappadocia*. Retrieved from https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/1837/The_Effects_of_the_Image_of_Destination.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cooper, D. R., and Emory, W. C. . (1997). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., and Hult, G. T. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76, 193–218. Retrieved from [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- data.semarangkota.com. (2022). *Total Wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang Tahun 2019-2022*. Retrieved from <https://data.semarangkota.go.id/data/list/4>
- Diniyah, F., and Khoirullah. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. *Arsip Penelitian Mahasiswa*, 1–4. Retrieved from <https://osf.io/vjf78/download>
- Disporapar Jateng. (2023). *Total pengunjung Pada Tempat Wisata Terkenal di Kota Semarang 2019-2022*. Retrieved from <https://disporapar.jatengprov.go.id/>
- Disporapar Jawa Tengah. (2022). *Data Primer Pengunjung Sam Poo Kong Tahun 2019-2022*. Retrieved from <https://disporapar.jatengprov.go.id/>
- Disporapar Jawa Tengah. (2023). *Total Wisatawan yang Berkunjung ke Tempat Wisata Religi Di Semarang Tahun 2019-2022*. Retrieved from <https://disporapar.jatengprov.go.id/>
- dispubdarpariwisata.semarangkota.go.id. (2024). *Klenteng Agung Sam Poo Kong*. Retrieved from <https://ppid-pariwisata.semarangkota.go.id/tempat/klenteng-sam-poo-kong/>
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harrison, S. (2005). *Marketers Guide to Public Relation*. New York: John Willy and Son.
- Jayusri, S. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Daya Tarik Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Provinsi Sumatera Selatan*. (Doctoral Dissertation, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung).
- Juanim, J., and Rahmawati, N. L. (2015). Pengaruh City Branding terhadap Image of

- Urban destination dan dampaknya pada post-visit behavior. *Trikonomika*, 14(1), 66–75. Retrieved from <https://journal.unpas.ac.id/index.php/trikononika/article/download/593/338>
- Kedar, R. (2004). *Meet the Google logo designer*. Retrieved from https://store.google.com/intl/en_uk/ideas/articles/google-logo-design/
- Khansa, V. R., and Farida, N. (2016). Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap niat berkunjung Kembali melalui kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 104–114. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/13382/12939>
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, and Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public*. Jakarta: Kencana.
- Kusumawardani, N. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng)*. (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, developments and implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315. Retrieved from <https://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PASOS24.pdf#page=89>
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., and 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). Retrieved from <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/5226/2976>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Maryani. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: IKIP.

- Nasution, L. W. R. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Kota Berastagi*. (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Nuriyadi, S. (2021). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pendaki Gunung Merbabu via Selo)*. (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Pamastutiningtyas, T. S., Arum, A. S., Septiana, A., Pahlevi, D. R., and Septiowati, L. (2024). Pengaruh Solo International Performing Arts (SIPA) Terhadap Daya Tarik Wisata dan Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 2(1), 13–26. <https://doi.org/10.62337/jsse.v2i1.18>
- Pitana, I Gde, and Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gede, and Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Qu, H., Kim, L. H., and Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710000610>
- Sekaran, U., and Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Sopiah, S., and Etta, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Spillane. (1987). *Pengertian pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Gava Media.

- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Swarbrooke, J., and Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. Routledge.
- Tasci, A. D., and Kozak, M. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?. *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 299–317. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1356766706067603>
- Utama, I. G. B. R., and Junaedi, I. W. R. (2018). *Membangun pariwisata dari desa : desa wisata Blimbingsari Jembrana Bali usaha transformasi ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Van Vuuren, D. P., Edmonds, J., Kainuma, M., Riahi, K., Thomson, A., Hibbard, K., and Rose, S. K. (2011). The representative concentration pathways: an overview. *Climatic Change*, 109, 5–31. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10584-011-0148-z.pdf>
- Wahab, S., Crampon, L. J., and Rothfield, L. M. (1989). *Tourism Marketing: A Destination-orientated Programme for the Marketing of International Tourism*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wardana, A. P. (2017). *Potensi Sport Tourism Sebagai Daya Taik Wisata Di Malang Raya (Studi Kasus pada klub sepakbola Arema FC)*. (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Wulanjani, H., and Derriawan, D. (2017). Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121–130. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.42>
- Yoeti, O. A. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions. Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. MC Graw Hil. Education.