

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, N. L. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Pariwisata* (Ed. I). GRAHA ILMU.
- Arfianto, G. (2023). *Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Objek Wisata Pantai Alam Indah Kota Tegal*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Baloglu, Seyhmus & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formastion. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 868–897.
- Byon, K. K., & Zhang, J. J. (2010). Development of a scale measuring destination image. *Marketing Intelligence and Planning*, 28(4), 508–532. <https://doi.org/10.1108/02634501011053595>
- Damanik, D., Nasrullah, Purba, B., SN, A., Abdillah, D., Raditya, Salim, M. nur, Hamidah, S., Rusata, T., & Faried, A. I. (2022). Ekonomi Pariwisata Dan Community Based-Tourism (CBT). In J. Simarmata (Ed.), *Ekonomi Pariwisata: Konsep, Pemasaran dan Pembangunan* (p. 172). Yayasan Kita Menulis.
- Dani, Y. P., & Thamrin. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Wisata Mandeh. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 283–295. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14353>
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10–16. <https://doi.org/10.1177/004728759103000202>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (IX). Universitas Diponegoro.
- Gunn, A. C. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Bureau of Business Research, The University of Texas.
- Gunn, A. C. (1988). *Tourism Planning* (2nd ed.). Taylor & Francis.
- Hana, K. F., Ramadhani, E. S., & Andini, R. (2022). Halal Tourism: The Relation of Destination Image, Facilities, and Subjective Norms. *Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking*, 6(January), 69–80.
- Hasan, A. (2015). *Tourism marketing*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Hunt, J. D. (1975). Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel*

- Research* 13(3), 1-7. <https://doi.org/10.1177/004728757501300301>
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ed.13). Erlangga.
- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 4(No.1), 53–62.
- Laws, E. (1995). *Tourism Destination Management: Issues, Analysis, and Policies*. Routledge.
- Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru. *Jurnal EMA*, 4(1), 23–29. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.35>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Jurnal Manajemen. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*, 6(1), 131–143.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1987). *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. Longman Scientific & Technical.
- Muljadi, A. . (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Muljadi, A. . (2012). *Kepariwisata dan perjalanan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Napu, M. Della, Nurhidayat, W., & Rifai, M. S. A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung ke Kampung Karuhun. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8.5.2017).
- Nedelea, A., Ali, B., & Alamgir, M. (2017). Factors Behind Destination Loyalty - A Study on Tourism Destination. *Revista de Turism: Studii Si Cercetari in Turism*.
- Noerhanifati, S., Griandini, D., & Monoarfa, T. A. (2020). Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 61–73. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/download/46/40>
- Noviana, N. M. S., Achmad, G. N., & Wahyuni, S. (2022). The Effect of Destination Image and Social Influence on Visiting Intentions and Visiting Decisions at

- Museum. *Devotion Journal of Community Service*, 3(10), 900–912.
<https://doi.org/10.36418/dev.v3i10.197>
- Pitana, I. . G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata* (Ed. I). ANDI.
- Pratama, Y. syahrul, & Tanjung, A. (2021). *Pengaruh Citra Destinasi , Atribut Produk Wisata Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek*.
- Rafika, A., & Nugroho, E. S. (2021). the Effect of Tourism Product Attributes and Destination Image on Visit Decisions in Sri Baduga Tourism Destination, Purwakarta Regency. *Business and Accounting*, 4, 656–664.
www.jatiluhuronline.com
- Rahmiati, F. (2020). *Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pariwisata Indonesia Melalui Aktivitas Rantai Nilai Pariwisata* (D. R. Rahadi (ed.)). PT. Filda Fikrindo.
- Reisinger, Y. (2009). *Internasional Tourism: Cultures and Behavior*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Safitri, I., Ramdan, M. A., & Sunarya, E. (2020). *Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan*. 8, 734–741.
- Satyarini, N. W. M., Rahmanita, M., & Setarnawat, S. (2017). The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist Destination (A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng, Bali, Indonesia). *TRJ Tourism Research Journal*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.30647/trj.v1i1.10>
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I. W., & Dewi, L. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket Wisata Sepeda Di Desa Penglipuran. *Jurnal IPTA*, 8(1), 119.
<https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p15>
- Setyaningsih, S., & Murwatiningsih. (2017). Pengaruh Motivasi, Promosi Dan Citra Destinasi Pada Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(2), 123–133. <http://maj.unnes.ac.id>
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*.
- Siswanto & Suyanto. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional*. Klaten: BOSSSCRIPT.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. In *Tourism Management* (Vol. 53).
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (T. Admojo (ed.); Edisi I). CAPS.
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Muhammad, M., Simarmata, M. H., Saputra, D. H., Purnomo, A., Sudiman, A., Sisca, Napitupulu, D., & Purba, S. (2020). *Tourism Marketing* (I). Yayasan Kita Menulis.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata* (II). ANDI.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian; Panduan Lengkapan Penelitian dengan Mudah* (Giovanni (ed.); I). Yogyakarta: ANDI.
- Wisnawa, I. M. B., Proyogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan*. Deepublish.
- Yoeti, O. A. (1982). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. ANGKASA.
- Yoeti, O. A. (1997). *Perencanaan dan Perkembangan Pariwisata*. PT Pradyanta Paramita.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.