

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimayu, & Putra, K. E. S. (2025). Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Penimbangan. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* .
- Anandhyta, A. R., & Kinseng, R. A. (2020). Hubungan Tingkat Partisipasi dengan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Pesisir. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2). <https://doi.org/10.22146/jnp.60398>
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh E-Word of Mouth, Lokasi, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pantai Menganti Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Badri, J., & Fahrizal, R. (2025). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Gandorih di Kota Pariaman. *Innovative: Journal Of Social Science Research*.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Administrasi*.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Barus, T., & Siregar, O. (2025). Pengaruh destination image terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya pada minat berkunjung ulang wisatawan Siosar Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Berliana, A., Djuardi, D. K., & Nugraha, P. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, daya tarik wisata, citra destinasi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Puncak Mas Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(8), 552–561.
- Cantika, P., & Djunaid, I. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik terhadap Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4101>

- Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020). Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 92–106. <https://doi.org/10.14710/JSPI.V19I2.92-106>
- Ekasari, R. Y., Hadi, S. P., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Elliot, S. (2016). *Encyclopedia of Tourism*. Springer International Publishing.
- Fakhar Mufza, A., & Wulansari, N. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Fitria, D., Purwaningtyas, A., & Jannah, R. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Pasir Putih, Kabupaten Situbondo. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*.
- Garcia, J. D., Heredia, O. E., Lizzana, E. C., Tarrillo, J. J., & Liza, D. Y. (2025). Destination Image and Brand Value as Predictors of Tourist Behavior: Happiness as a Mediating Link. *Administrative Sciences*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 (Edisi 1)*. Semarang: Yoga Pratama .
- Haller, A. (2024). Sustainability in Tourism: Impact of Attractiveness Factors in the World's Most Visited Destinations. *Journal of Environment and Development*, 33(2). <https://doi.org/10.1177/10704965231222176>
- Harrison, T. (2005). *Hospitality Marketing: Principles and Practices* . Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hasudungan, Tigor, & Revalino. (2024). Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga melalui Lifestyle . *Journal of Trends Economics and Accounting Research*.
- Hendradewi, P., Pangkerego, A., & Chairani, L. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Museum Gajah, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*.
- Hendradewi, S., Pangkerego, E. R., Chairani, A., & Trisakti, I. P. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Museum Gajah Jakarta Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 12(1), 16–27. <https://doi.org/10.31294/PAR.V12I1.25369>

- Hermawan, H. (2017). Pengaruh daya tarik wisata, keselamatan, dan sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan: studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*.
- Khabibah, N., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Place Branding Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Lasem Kota Tua/ Pecinan di Rembang). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1). <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1559>
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson .
- Kurniasih, G., & Zaenudin, Z. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Asri Serang Kabupaten Purbalingga. *ECo-Buss*.
- Kurniawati, N. D., & Eviana, N. (2024). Peran Mediasi Keputusan Berkunjung Pada Hubungan Pemasaran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di TWA Angke Kapuk. *Journal Oof Social Science*.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maladewi. (2018). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manejemen*.
- Maulidiyah, I. A., & AS, F. (2024). Peran Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Desa Wisata Kabupaten Sampan. *Jurnal Bina Manajemen*. <https://doi.org/10.52859/jbm.v13i2.546>
- Munawar, F., & Handayani, R. (2023). The influence of tourist experiencescape and unique perceptions on destination satisfaction and loyalty: A study of natural and cultural tourism in Indonesia. *Journal of Enterprise and Development (JED)*.
- Nafis, R. W., Sudarmiati, & Sutrisno. (2019). The effect of tourism attractiveness and destination image on revisit intention through tourist satisfaction (Study on domestic tourists of Mount Bromo, Malang, East Java). *European Journal of Business and Management*.
- Nurjaman, M., Sukomo, S., & Basari, M. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis). *Business Management*.

- Pakpahan, J. M. R. P., & Manurung, J. S. (2024). Pengaruh daya tarik, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Bukit Holbung di Kabupaten Samosir. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*.
- Palupi Robustin, T. (2020). Attraction and Word Of Mouth In A Visit Decision. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*.
<https://doi.org/10.30741/adv.v4i1.604>
- Picazo, P., & Moreno-Gil, S. (2019). Analysis of the projected image of tourism destinations on photographs: a literature review to prepare for the future. *Journal of Vacation Marketing*, 25(1).
- Pramesti, W. D., & Abidin, Z. (2025). Visit Decision as a Mediator between Tourist Attraction and Facilities on Satisfaction: Boom Marina Beach Tourism. *Journal of Fish Health*.
- Purba, R. H., & Nursiah. (2025). Pengaruh citra wisata dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Velangkanni Medan. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*.
- Purnamasari, M., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung dengan Keputusan Pengunjung sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang . *Jurnal JIAB Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Putra, P. P. A. (2021). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Heritage Di Kota Denpasar. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 4(2).
<https://doi.org/10.31314/tulip.4.2.51-64.2021>
- Rao Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager*.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti, N., & Rahmanita, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Pada Monumen Nasional DKI Jakarta. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 163–173.
- Robustin, T. P., Irdiana, S., & Putri, N. L. I. (2025). Strategi Citra Destinasi dan Produk Wisata Dalam Menciptakan Keputusan Berkunjung di Wisata Rembangan Kabupaten Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 15(01).
- Rosifa, A., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada New Marjoly Beach And Resort. *Bahtera Inovasi*, 4(1), 64–76. <https://doi.org/10.31629/BI.V4I1.2759>
- Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic management*. New York: McGraw-Hill Education.

- Schwaighofer, V. (2014). *Tourist Destination Images and Local Culture*. Salzburg: Springer..Gabler.
- Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi pariwisata: sejarah dan prosepeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung .
- Utama, I. G. R., & Junaedi, I. W. R. (2018). *Membangun Pariwisata Dari Desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Transformasi Ekonomi*. Deepublish.
- Utami, T. A., Yuwantinaingrum, S. E., & Rainanto, B. H. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Electronic Word Of Mouth pada Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di The Jungle Waterpark Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*.
- Valencia, S., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(6).
- Wang, Y., & Ahmad, A. (2023). A Study on the Factors Influencing Tourism Intention and Behavior of Chinese Theme Park Tourists. *Journal of World Economy*, 2(4). <https://doi.org/10.56397/jwe.2023.12.06>
- Wardhana, A. (2024). *Strategi dan kebijakan Bisnis di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wei, J., Zhou, L., & Li, L. (2024). A study on the impact of tourism destination image and local attachment on the revisit intention: The moderating effect of perceived risk. *PLoS ONE*, 19(1).
- Wheeler, A. (2023). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Yoeti, O. A. (2008). *Manajemen destinasi pariwisata*. PT. Pradnya Paramita.
- Yuwono, D., Kasie, J. N., & Sugiharto, T. (2024). *Using the Expectancy Disconfirmation Model in Analysis of the Effect of Service Quality on Tourist's Satisfaction and Revisiting Tourist's in Bali*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).