

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. Edisi Revisi 1996, Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit Angkasa, Bandung.
- Aaker, D. A. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Jekma* Vol. 2, No. 2.
- Arpan, Y. (2023). Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat). *Journal of Economics and Business*. 7(1), 561-569. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1075>
- 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*, 10(1), 652-663. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29026>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Business Research Methods (5th ed.)*. Chicago: Irwin.
- 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*, Vol. 11, No. 2, Hal. 92–106. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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 (Studi pada Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 45–58.
- Fatimah, S. (2025). Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, Vol. 17, No. 2. Yogyakarta: Badan Penerbit Majalah Ilmiah Bahari Jogja.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guritno, B., & Nugraheni, K. S. (2023). Pengaruh lokasi dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Candi Mendut Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 110–120.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Handoko, T. H. (2000). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Han, H., Back, K. J., & Barrett, B. (2009). Influencing Factors on Restaurant Customers' Revisit Intention: The Roles of Emotions and Switching Barriers. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 563–572. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.03.005>
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 49-66. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12351>
- 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 Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 104-114. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13382>. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.2307/1252054>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.)*. Pearson.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2017). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (7th ed.)*. Pearson.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory (3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Mareta, R. K. dkk. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Electronic Word of Mouth (Studi Pada Pengunjung Wisata Eling Bening). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 11, No. 1, 2022 e-ISSN 2746-1297*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pundissing, R. (2021). Pengaruh daya tarik dan promosi terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Pongtorra Toraja Utara. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis, 5(1)*, 30–40.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior (10th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education/Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. Wiley.
- Situmorang, T. (2005). *Strategi Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sobel, M. E. (1982). *Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models*. *Sociological Methodology, 13*, 290–312. <https://doi.org/10.2307/270723>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, and Customer Satisfaction in Tourism*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Trimurti, C. S., & Nugraha, H. S. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Umbul Sidomukti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 9, no. 2, pp. 75-82*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27219>