

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B.P. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Harga, Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.4645>
- Antika, S., Sari L.P., Minullah. (2023). Analisis Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng Jmk (Jembatan Merah Klatakan) Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. 2(5), 891-907. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3505>
- 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>
- Citra Sekar, T., & Hari Susanta, N. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Umbul Sidomukti Semarang). <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7954>
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions. *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, January 1998, 295–336.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and Practice*. Longman.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., & Shepherd, R. (1995). *Tourism: Principles and Practice* (1st ed.). Longman Group Ltd.
- Cooper, H. M. (1988). Organizing knowledge syntheses: A taxonomy of literature reviews. *Knowledge in Society*, 1(1), 104–126. <https://doi.org/10.1007/BF03177550>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishing.

- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Universitas Diponegoro.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (Edisi ke-3, 460 hlm.). Washington, DC: Taylor & Francis.
- Hartono, W. A. J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- 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>
- Ismail, F., & Imran, M. (2016). Tourist satisfaction: The impact of marketing, environment and e-commerce. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(4), 104–122. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v5i4.401>
- Jati, T. D. S. A., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Promosi, Tarif, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Taman Bermain Plaplay Indoor Theme Park). <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7985>
- Kanuk, L. G. S. L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Keller, P., & Kotler, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Khoirrani, N. & Silitonga, P. (2023). E-WOM, Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Di Museum Macan. *Jurnal Human Capital Development*, 10(2). <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd/article/view/2458>
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W. Jr., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. World Health Organization.
- Middleton, V. T. C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.4324/9780080497960>

- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5–44. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004718>
- Nugraheni, D. A. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung: Studi pada Wisata Dusun Semilir. <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/26844>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pusparani, R., & Susilowati, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 135–146.
- Ratmono, M. S. D. (2013). *Analisis SEM PLS dengan Warp PLS 3.0*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education/Prentice Hall.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan 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. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, M. (2008). *Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, M. P. P. P. K. (2006). *Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(1), 45–56.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, and Customer Satisfaction in Tourism*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Trimurti, C.S. (2020). Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan, *Undip Repository*. <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7954>
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Edisi Baru). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A. (2012). of Consumer Perceptions A Means-End Value : Quality , and Model Synthesis of Evidence. 52(3), 2–22.