

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrian, E. (2000). Pola Hujan Rata-Rata Bulanan Wilayah Indonesia; Tinjauan Hasil Kontur Data Penakar dengan Resolusi ECHAM T-42. *Jurnal Sains dan Teknologi Modifikasi Cuaca*, 1(2), 113-123. <http://ejurnal.bppt.go.id/index.php/JSTMC/article/view/2124>.
- Anggraeni, D. M. (2019). Pengaruh Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Kunjungi Kembali Wisatawan dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Wisata Pemancingan Dewandaru Kecamatan Gunung Pati Semarang. (Skripsi, UIN Walisongo, 2019). Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10086>.
- Aprilia, E. R., Sunarti, S., Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 16-21. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2126>
- Batoteng, H., Suharno, Hariyadi, S., Hidayati, T. (2019). Antecedent of Satisfaction and Information Words of Mouth and its Implication on Revisit Intention in Derawan Resort, Berau Regency East Kalimantan. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(7), 232-239. <http://www.ijstr.org/final-print/july2019/Antecedent-Of-Satisfaction-And-Information-Words-Of-Mouth-And-Its-Implications-On-Revisit-Intention-In-Derawan-Resort-Berau-Regency-East-Kalimantan.pdf>.
- Berapa Pendapatan Devisa dari Sektor Pariwisata Indonesia?* (2018). Diakses pada 29 September 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/10/berapa-pendapatan-devisa-dari-sektor-pariwisata-indonesia>
- Calderwood, L. J., & Soshkin, M. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Diakses pada 29 September 2020, dari <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>.

- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B., (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI.
- _____. (1999) Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
[https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0148-2963(97)00196-3).
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assesment, *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
<https://doi.org/10.1177%2F004728759303100402>.
- Gallarza, M. G. et al. (2002). Destination Image Towards a Conceptual Framwork. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-72.
[https://doi.org/10.1016/S01607383\(01\)00031-7](https://doi.org/10.1016/S01607383(01)00031-7).
- Giambona, F. & Grassini, L. (2020). Tourism Attractiveness in Italy: Regional Empirical Evidence Using a Comparisons Modelling Approach. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 26-41.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jtr.2316>.
- Hu, Y. Z., & Ritchie, J R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-35.
<https://doi.org/10.1177%2F004728759303200204>.
- Hoyer, W. D. et al. (2010). Consumer Cocreation in New Product Development. *Journal of Sevice Research*. 13(3), 283-296.
<https://doi.org/10.1177/1094670510375604>
- Idriasih, G. (2016). Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye Wonderful Indonesia dalam meningkatkan Pariwisata Indonesia di Dunia Internasional Tahun 2011 – 2015. *JOM FISIP Unri*, 3(1), 1-15.
<https://media.neliti.com/media/publications/33076-ID-diplomasi-indonesia-melalui-kampanye-wonderful-indonesia-dalam-meningkatkan-pari.pdf>.
- Indrajit, R. E. (2002). *Buku Konsep dan Aplikasi e-Business*. Jakarta: Grasindo.

- Irianto. 2011. Dampak Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Gili Trawangan Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 188-196.
- Kim, H. B. (1998). Perceived Attractiveness of Korean Destinations, *Annals of Tourism Research*, 25(2), 340-361. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00007-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00007-3).
- Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business Review.
- _____. (2017). *Blue Ocean Shift: Beyond Competing - Proven Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth*. London: Pan Macmillan.
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2001). *Essentials of Management Information Systems: Organization and Technology in Networked Enterprise*. New Jersey: Prentice Hall.
- Maryani, E. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS IKIP.
- Mayasari, W. M. & Budiarmo, A. (2017). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 1-8. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/16600>.
- Middleton, V. T. C., dkk. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Elsevier: Oxford.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis yang Mempengaruhi Faktor-Faktor Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1-20. <https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>.
- Pakarti, S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2017) Pengaruh *City Branding* dan *Event* Pariwisata terhadap Keputusan Berkunjung serta Dampaknya pada Minat Berkunjung Kembali ke Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1), 1-8.
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. New York: The Free Press.
- Purba, M. L. & Simarmata, G. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Alam Percut. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 106-117. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i1.1905>.
- Ramadhan, F. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Wisata Pantai Samudera Baru. *Value Journal of Management and Business*, 1(1), 43-50. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/value/article/view/459>.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press.
- Sawhney, M. & Zabin, J. (2001). *Seven Steps to Nirvana: Strategic Insights into eBusiness Transformation*. New York: McGraw Hill.
- Saputra, E. & Ambiyar. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung serta Dampaknya pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *JUMPA*, 6(1), 183-201. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/view/52764>.
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 1-18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5830>.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Suartana, I. K., Waruwu, D., & Widyastuti, N. K. (2017). *Pariwisata Spiritual: Daya Tarik Pariwisata Palasari Bali*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tim CNN Indonesia. (2018). *Indonesia Pamer "10 Bali Baru" di Pertemuan IMF-Bank Dunia*. Diakses pada 30 September 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181014151703-269-338377/indonesia-pamer-10-bali-baru-di-pertemuan-imf-bank-dunia>

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, H. S. (2017). Pengelolaan Kawasan Pariwisata (Studi di Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 3(1), 22-29. <https://jiap.ub.ac.id/index.php/jiap/article/view/653>
- Widyastuti, A. R. (2010). Pengembangan Pariwisata yang Berorientasi pada Pelestarian Fungsi Lingkungan. *Jurnal Ekosains*, 2(3), 69-82. https://www.academia.edu/8665110/PENGEMBANGAN_PARIWISATA_YANG_BERORIENTASI_PADA_PELESTARIAN_FUNGSI_LINGKUNGAN.
- World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point*. Geneva: World Economic Forum.