

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, S., & Srikandi. (2015). *Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung ke Surabaya*. Vol. 26, No. 01, 1-7.
- Agapito, D., V., P., & Mendes, J. (2013). The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, h. 471- 481.
- Akgun, A.E., H. A., Halit, & Onal, I. (2020). The Relationships Among Nostalgic Emotion, Destination Images and Tourist Behaviors: An Empirical Study of Istanbul. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Angraini, Z. (2018). Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Masyarakat ke Perpustakaan (Studi Terhadap Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Tanjung Jabung Timur). *Skripsi*, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin. h. 11.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Artuger, S. (2015). The Effect of Risk Perceptions on Tourists' Revisit Intentions. *European Journal of Business and Management*. 7(2).
- Artuger, S., et al. (2013). The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: Application in Alanya. *European Journal of Business and Management*. 5 (13): 124-136.
- Aviolitasona G. B. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali*.
- Bigne, E., I.S, & Blas, S. (2009). The Functional-Psychological Continuum in The Cognitive Image of a Destination: A Confirmatory Analysis. 30: 715-723
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. (2017). A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. *European Research Studies Journal*.
- Cahyanti, M. M. (2017). *Meningkatkan Niat Berkunjung Pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi Dan Daya Tarik Kampung Wisata*. 11, (1), 35-41.
- Çoban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*. 29(2), 222–232.
- Dewi, N. & Scoria. (2013). *Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap Perilaku Wisatawan Pasca Berkunjung*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah, 2022, *Data Rekapitulasi Kunjungan Wisata Selama Libur Lebaran Provinsi Jawa Tengah Tahun 2022*, Semarang.
- Ferdinand, A. (2005). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Ekonometrika*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hailin, Q. H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). *A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of The Branding and Destination Image*. *Tourism Management*. 32 (1), 465- 476.
- Handawan, G. (2015). Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisata Berkunjung Ulang. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hanif, A., A. Kusumawati, & K. Mawardi (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu. *Jurnal Administrasi bisnis*. Vol.38 No.1.
- Hanzaee, K. Heidarzade., & H. Saedi. (2011). A Model of Destination Branding For Isfahan City: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image. *Journal of Research in Business*. Vol. 1. pp. 12-28.
- Hardani, et. al., 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hardiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi dan focus Groups Sebagai Instrumen Data Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat. T. T. N., Et. Al. (2017). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. 3, (2), 201-212.
- Huwaida, H. (2019). *Statistik Deskriptif*. Banjarmasin: Poliban Press.
- Isa, S. M., & L. Ramli. (2014). Factors Influencing Tourist Visitation in Marine Tourism: Lessons Learned from FRI Aquarium Penang, Malaysia. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*. Vol. 8 No. 1.
- Isnaini P. R., Et.Al. (2018). Pengaruh Citramerek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 55, (2), 122-130.
- Khairani. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang

- Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Kim, J. (2017). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal Of Travel Research*. 57(7), 856-870.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lembaga Masyarakat Desa Pantai Menganti, 2022, *Data Arsip Pengunjung Objek Wisata Pantai Menganti*, Kebumen.
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*. 6(2), 35-44.
- Liu, X., J.L., & Kim, G. (2017). "The Role of Travel Experience in The Structural Relationships Among Tourists' Perceived Image, Satisfaction, and Behavioral Intentions". *Tourism and Hospitality Research*.
- Mohamad, M., M.M., & Mamat, I. (2014). Satisfaction as a Mediator to The Relationships Between Destination Image and Loyalty. *Sciences Journal*. 30(9): 1113-1123.
- Mona, A. & Sadegh, M. (2020). Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis. *Journal of Tourism Management*.
- Monroe & Krishnan. (2008). *Basic Marketing Research*. New Jersey: Pearson Education.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranga Warsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 23 No. 1 Juli 2014, 1-20.
- Nurlestari. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*. Bogor: Program Strata Satu Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.
- Nuryadi, et.al., (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pratminingsih, S.A, C.L, & Rimenta, T. (2014). Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung-Indonesia. *Journal of Innovation, Management and Technology*. Vol. 5, No. 1.
- Puh, B. (2014). Destination Image and Tourism Satisfaction: The Case of a Mediterranean Destination. *Mediterranean Journal of Social Science*. 5 (13): 538-544.

- Puspa, R., & Mawardi, Y. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung*. Fakultas Ilmu Administasi Universitas Brawijaya. Malang. Vol. 37, No. 2, 1-10.
- Severt, D., Wang, Y., Chen, P. J., & Breiter, D. (2007). Examining the Motivation, Perceived Performance, and Behavioral Intentions of Convention Attendees: Evidence from a Regional Conference. *Journal Tourism Management*. 28(2), 399- 408.
- Sirait, A.S.M.P. (2015). "Pengaruh Harapan Wisatawan, Persepsi Kualitas, Citra Tempat Tujuan, Kualitas Layanan dengan Mediasi Nilai ynag Dirasakan terhadap Kepuasan Wisatawan Mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya". *Artikel Ilmiah*. Surabaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Som, A.P., & Badarneh, M. (2011). Tourist Satisfaction and Repeat Visitation Toward a New Comprehensive Model. *Journal of Economics and Management Engineering*. Vol:5, No:2.
- Suciani, W. (2014). *Pengaruh Destination Image Kota Bandung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Terhadap Post Visit Behavior Wisatawan*. Bandung: Program Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tasci, A. D., & Gartner, W. C. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*. 45(4), 413–425.
- Wang, C., Hsu, M. K., & Hsu, M. K. (2010). The Relationships of Destination Image, Satisfaction, and Behavioral Intentions: An Integrated Model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 27, 829–843.
- Wulan, & Sari, Y. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand "KEBUMEN KEREN" Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung. *Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan)*, Kebumen: STIE Putra Bangsa.
- Yuksel, A., et al. (2010). Destination Attachment: Effect on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective and Conative Loyalty. *Journal of Tourism Management*. 31:274- 284.