

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- 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>
- Bayu Trisna, Syardiansah, & Amilia Suri. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5.
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2022). Hubungan kualitas pelayanan, physical evidence dan keputusan berkunjung : efek mediasi minat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(3), 253–266. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i3.657>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus A, Farida Naili, & Widiartanto. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Hult, G. T. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling: 46(1-2)*. Long Range Planning.
- Hamdani, A., & Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Hasibuan, & Malayu, S. P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi)*. Bumi Aksara.
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Number 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Imam Ghozali. (2015). *Structural Equation Modeling – Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro.

- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management* (13th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing management: an Asian Perspective*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Pearson Education* (15th ed.).
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th ed.). Erlangga.
- Palit, I. G., Talumingan Celcius, & Rumagit Grace A. J. (2017). *Strategi Pengembangan Agrowisata Rurukan Kawasan*. Agro-Sosio Ekonomi Universitas Sam Ratulangi.
- Purba Lani Mery, & Simarmata Glory. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Percut. *Jurnal Konsep Bisnis*, 11.
- Riadi Didi, Permadi Adi Lalu, & Retnowati Weni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2.
- Sachlany Febina Gading, & Sudrajat Ajat. (2025). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Curug Cibareubeuy. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6.
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 582. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1193>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *PT. Indeks Gramedia* (Vol. 1).

- Septy, S., & Sari, P. (2025). *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Di Dusun Semilir)*. <https://journalversa.com/s/index.php/dkms>
- Setiyowati Ayu, Purnomo Hadi, & Kurriwati Nirma. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Destinasi Wisata Gua Jeruk, Desa Kebonagung, Kabupaten Sumenep. *Journal Of Science Reserach*, 4.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com
- Sularko, H., Prawata, V., & Widranata, M. (2008). *How Do They Think? ekaman proses pembuatan Aset perusahaan paling berharga*. Mosher.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1–9.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*.
- Swastha, B. D., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* (1st ed.). BPFE.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik* (1st ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi.
- Valentino, I. M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung. *Journal of Chemical Information and Modeling* , 53.
- Wardhana, A. W., & Munas, B. (2024). Analisis Pengaruh Cognitive Image, Affective Image, Dan Unique Image Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Minat Kunjungan Sebagai Mediasi (Studi Pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen). *JURNAL STUDI MANAJEMEN ORGANISASI*, 21(1), 43–56. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v21i1.66739>
- Widiastutik. (2019). Analisis Pengaruh Viral Marketing dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Religi Masjid Safinatun Najah). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 47–55.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35–48. <https://doi.org/10.1177/002224298805200203>