

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi (Untuk Bisnis dan Ekonomi)* (Edisi 3). BPFE-Yogyakarta.
- Anggraeni, D. N., Natadjaja, L., & Yudani, H. D. (2015). Perancangan Aplikasi Travel Guide Objek Wisata Alam Kabupaten Lumajang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.
- Arikunto, S. 200. (2019). Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Fasilitas Sarana Dan Prasarana Di Malioboro. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(1), 1–22.
- Arwandi. (2016). Studi Peningkatan Sarana Dan Prasarana Kawasan Objek Wisata Pantai Pa ' Badilang Kecamatan Bontomatene. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 22–26.
- Atfal, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Ranu Klakah Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 21, 57–66.
- Bagus, I. G., & Utama, R. (2015). Popularitas Objek Wisata Dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten / Kota Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, September, 0–14.
- Cahyono, A. E., & Putra, Y. B. T. (2017). Analisis Potensi Ekonomi Pengembangan Agrowisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Sumbermujur Kabupaten Lumajang. *Eco-Socio: Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 14–22.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing , Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48.
- Fitrianda, M. I. (2013). Pengaruh Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi, Serta Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–100.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Undip.

Hanif, A., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 3, Issue 1).

Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–60.

Kusdianti, E. (2020). Valuasi ekonomi objek wisata pantai watu pecak di kabupaten lumajang dengan metode biaya perjalanan (travel cost). *Jurnal Pemasaran*, 2(1), 23–50.

Lansu, T. (2020). Kepopuleran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 10–18.

Lestrai, I., Jariah, A., & Hidayat, Z. (2017). Implementasi Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Hutan Bambu Sumbermujuur Lumajang. *Progres Conference*, 2(1), 532–541.

Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44.

Putri, Farida, & Dewi. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 4(1), 225–235.

Putri, M. E., Nawangsih, N., & Darmawan, K. (2020). Pengaruh Promosi Dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines*

Management, 3(1), 67–73.

- Raharjo, B. (2018). Pengaruh citra destinasi, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata mandeh pesisir selatan. *Jurnal Ekobistek*, 2(1), 2–3.
- Saad, M. A. (2015). Strategi Pengembangan Prasarana Dan Sara Obyek Wisata Bahari Pulau Sembilan Di Kabupaten Sinjai. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2(1), 1–99.
- Salamah, P., Sawitri, D., & Rahman, Y. (2017). Kepuasan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Kimal Park Bendungan Tirtashinta Wonomarto. *Jurnal Of Planing And Policy Development*, 2(1), 25–26.
- Sari, I. W. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, Elektronik Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Tlogo Resort dan Goa Rong View Tuntang). *Marketing Science*, 2(1), 1–120.
- Suchaina. (2015). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 89–109.
- Taufiktri, N. (2017). Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 201–212.
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2019). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207.
- Wibowo, H. I. A., Lukiana, N., & Barlian, N. A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang. *Menejemen Pemasaran*, 2(1), 38–41.

- Yudha, A. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung* B29. 2(1), 72–92.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi (Untuk Bisnis dan Ekonomi)* (Edisi 3). BPFE-Yogyakarta.
- Anggraeni, D. N., Natadjaja, L., & Yudani, H. D. (2015). Perancangan Aplikasi Travel Guide Objek Wisata Alam Kabupaten Lumajang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.
- Arikunto, S. 200. (2019). Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Fasilitas Sarana Dan Prasarana Di Malioboro. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(1), 1–22.
- Arwandi. (2016). Studi Peningkatan Sarana Dan Prasarana Kawasan Objek Wisata Pantai Pa ' Badilang Kecamatan Bontomatene. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 22–26.
- Atfal, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Ranu Klakah Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 21, 57–66.
- Bagus, I. G., & Utama, R. (2015). Popularitas Objek Wisata Dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten / Kota Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, September, 0–14.
- Cahyono, A. E., & Putra, Y. B. T. (2017). Analisis Potensi Ekonomi Pengembangan Agrowisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Sumbermujur Kabupaten Lumajang. *Eco-Socio: Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 14–22.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing , Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48.
- Fitrianda, M. I. (2013). Pengaruh Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi, Serta Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–100.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Undip.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 3, Issue 1).

- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–60.
- Kusdianti, E. (2020). Valuasi ekonomi objek wisata pantai watu pecak di kabupaten lumajang dengan metode biaya perjalanan (travel cost). *Jurnal Pemasaran*, 2(1), 23–50.
- Lansu, T. (2020). Kepopuleran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 10–18.
- Lestrai, I., Jariah, A., & Hidayat, Z. (2017). Implementasi Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Hutan Bambu Sumbermujur Lumajang. *Progres Conference*, 2(1), 532–541.
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44.
- Putri, Farida, & Dewi. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 4(1), 225–235.
- Putri, M. E., Nawangsih, N., & Darmawan, K. (2020). Pengaruh Promosi Dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(1), 67–73.
- Raharjo, B. (2018). Pengaruh citra destinasi, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata mandeh pesisir selatan. *Jurnal Ekobistek*, 2(1), 2–3.
- Saad, M. A. (2015). Strategi Pengembangan Prasarana Dan Sara Obyek Eisata Bahari Pulau Sembilan Di Kabupaten Sinjai. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(1), 1–99.
- Salamah, P., Sawitri, D., & Rahman, Y. (2017). Kepuasan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Kimal Park Bendungan Tirtashinta Wonomarto. *Jurnal Of Planing And Policy Development*, 2(1), 25–26.
- Sari, I. W. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, Elektronik Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi padaTlogo Resort dan Goa Rong View Tuntang). *Marketing Science*, 2(1), 1–120.
- Suchaina. (2015). Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 89–109.

- Taufiktri, N. (2017). Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 201–212.
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2019). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207.
- Wibowo, H. I. A., Lukiana, N., & Barlian, N. A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang. *Menejemen Pemasaran*, 2(1), 38–41.
- Yudha, A. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung B29*. 2(1), 72–92.

