

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. A., Iryani, N., & Pradana, T. (2024). Analisis Partial Least Squares (PLS) : Model Electronic Word of Mouth pada Wisata Kolam Renang Alam Indah Sipanjang Darek Kota Payakumbuh. *Journal Of Social Science Research*, 4, 6107–6120.
- Aisyah, P., Chrismardani, Y., & Madura, U. T. (2024). Puteri Aisyah 1 , Yustina Chrismardani 2 1,2 Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Manajemen*, 3, 578–588.
- Ali Hasan, S.E., M. M. (2015). *TOURISM MARKETING*.
- Anggara, A. D. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi, Fasilitas, dan E-Wom Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Telaga Wahyu Magetan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 1(1), 172–180.
- Anggi Muninggar, D., Rahmadini, A., Sanjaya, V. F., Studi Manajemen Bisnis Syariah, P., & Raden Intan Lampung, U. (2022). WoM Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN*, 3(1), 2745–8547.
- Aris, S. K. M., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran). *Jurnal GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 136–153.
- Ariyanti, L., Satria, M. N. D., & Alita, D. (2020). Metode Extreme Programming Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 1(1), 90–96.
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Cahyani, N., Safitri, M., & Mahmud, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 132–141. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4187>
- Cahyo, H. D. (2019). Sub Sektor Pariwisata terhadap Pembangunan Daerah di Kabupaten Lumajang. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(1), 51–56. <https://doi.org/10.30741/wiga.v9i1.367>
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jesya*

(*Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*), 2(2), 340–350.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.102>

Dalimunthe, N. R., & Purwanti, E. Y. (2021). Analisis Keputusan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Saloka Theme Park. *Diponegoro Journal of Economics*, 10(1), 1–10.

Dwi, A., Putri, S., & Farida, N. (2023). Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 781–793.

elvera. (2020). *No TiPemasaran pariwisata : Kepuasan dan loyalitas konsumen*.

Elvera. (2020). *Pemasaran pariwisata (Kepuasan dan loyalitas wisatawan)*. Scopindo Media Pustaka.

Endrawan, K. (2024). *PERAN CITRA DESTINASI Menumbuhkan niat wisatawan berkunjung kembali*. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41.
<https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>

Fitri Nurlestari, A. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 2, 1–9.

Gazzally, dkk Al. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul *Imiah Manajemen Dan ...*, 20(1), 30–42.

Ghazoli, I. (2020). *grand teori besar ilmu manajemen akuntansi dan bisnis*. yoga pratama. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p10>

Harissta, N. A. Z., Mahmud, M., Anomsari, A., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Guci. *Serat Acitya*, 13(1), 12–21.
<https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1320>

Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.

Irine Eka Buana Dewi1, H. P. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 2(4),

391–400.

- Lestariani, M. A., & Narendra, N. (2022). Pengaruh harga Dan fasilitas terhadap kualitas pelayanan Coffe Shop Di Balikpapan. *Jurnal Minfo Polgan*, 11(September), 144–149.
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44.
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- Malikhah, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(1), 28–38.
- Mansur, M. (2019). *Prodi manajemen*. 16–29.
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, & Azhar, M. E. (2020). Word of Mouth Electronic Model: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Philip kotler, kevin lane keller. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Vol. 1, Issue 1).
- Pratiwi, D. A., Suzana, A. J., & Uripi, C. R. (2023). Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB) Pengaruh Promosi Media Sosial, Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Air Bojongsari. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 20, 55–66.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Priansi, D. J. (2017). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU Pada era Media Sosial. In *cv pustaka setia* (1st ed.).

- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Rahmadani, Y. L. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo. *Journal of Hospitality*
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Ratna, P., Sari, J., Kale, G. V., Pariwisata, F., & Nasional, U. P. (2024). *PENGARUH EVENT , CITRA WISATA , DAN E-WOM TERHADAP PANDAWA Abstrak* Badung merupakan salah satu kabupaten di Bali yang memiliki banyak destinasi wisata yang menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alamnya . *Pantai Pandawa merupa*. 13(2), 46–57. <https://doi.org/10.52352/jbh.v13i2.1644>
- Robustin, T. P. (2018). The Contribution of Tourist Attraction, Accessibility and Amenities in Creating Tourist Loyalty in Indonesia. *GATR Journal of Business and Economics Review*, 3(4), 92–98. [https://doi.org/10.35609/jber.2018.3.4\(3\)](https://doi.org/10.35609/jber.2018.3.4(3))
- Rosi, F., Rosi, F., & AS, F. (2024). Peran Citra Destinasi dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.569>
- Safitri, D., Saragih, L., & Wilfrid Pangihutan Purba, J. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung) Wisatawan Pada Objek Air Terjun Bah Biak Kec. Sidamanik, Kab. Simalungun. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.36985/7yc8ke93>
- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). *moTivASI DAN PERSEPSI WISATAWAN TENTANG DAYA TARIK DESTINASI TERHADAP mINAT KuNJuNGAN KEmBALI DI KoTA WISATA BATu*. *Agustus*, 5(2), 126–136.
- Setyorini, E., & Noviandari, H. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Komitmen terhadap Kinerja Karyawan. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 47–61. <https://doi.org/10.54396/qlb.v3i1.295>

- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4(9), 1–12.
- Syarifuddin. (2022). *Page 1 of 129*.
- Syarifuddin, D., & Priyanto, R. (2020). MEMBANGUN FASILITAS, MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN ULANG (Studi Tentang Minat Kunjungan Ulang Wisatawan ke Villa Kancil Kampoeng Soenda Kabupaten Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 50–62.
- Tjiptono, F. (2014). *pemasaran jasa: prinsip penerapan dan penelitian* (1st ed., Issue 24). <https://doi.org/10.3390/nu10020148>
- Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. (2020). PERAN CITRA DESTINASI MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1230. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p01>
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Wara Mangsa, I. N., Rahanata, G. B., & Dana, I. M. (2022). Promosi penjualan untuk membangun electronic word of mouth. *Lakeisha*, 4(1).
- Wijayanti Daniar Paramita, R., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN_* (Issue April).
- ziyan faeadis azmi, hari purwanto, indra ayu fatmala. (2024). PENAGRUH CITRA DESTINASI, HARGA TIKET DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI NUSANTARA EDU PARK MADIUN. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dana Kuntansi*.
- Zusrony, E. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks.