

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyahri. (2020). *Relevansi Antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Produk dengan Tarif (Biaya Tol) Sebagai Alternatif pendukung Untuk Kepuasan Pengguna Jalan Tol*. Adanu Abimata.
- Angga, S. P., & Putra, M. (2018). Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Pada Kunjungan Wisatawan Di DIY). *Modus*, 29(2), 201–218.
- Arrizki, M. Z., Trihudityatmanto, & Purwanto, H. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Alam Posong di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(5), 18–35.
- Audistiana, A. (2017). *Pelanggan Terhadap Loyalitas Wisatawan*. 3(3), 26–38.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Pongok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.).
- Beerli, A., & Martin, J. (2004). *Sejarah Penelitian Pariwisata*.
- Cheung, & Thadani. (2012). *The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model*.
- Diksi, P., Gaya, D. A. N., Pada, B., Jogoyudan, D. I. K., Lumajang, K., Lumajang, K., & Timur, J. (2016). *Digital Repository Universitas Universitas Jember*
- Disparbud.lumajangkab.go.id. (2019). *Data Kunjungan wisatawan*. 1, 1–23.
- elvera. (2020). *No TiPemasaran pariwisata : Kepuasan dan loyalitas konsumen*.
- Elvera. (2020). *Pemasaran pariwisata (Kepuasan dan loyalitas wisatawan)*. Scopindo Media Pustaka.
- Eva, Y. (2020). *Suatu Pengantar: Metode dan Riset Desain Komunikasi Visual*. Deepublish.
- Fadhlani, M., & Subakti, G. E. (2020). Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia. *Indonesian Journal of Halal*, 5(1), 76–80.
- Fausta Ari Barata, M. (2019). *Membangun kepercayaan dalam bisnis skala nasional dan internasional*.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Gazzally, et al. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul*.
- 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.
- Ghazali, I. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Gunawan, D. (2022). *Analisis Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Pendapatan, dan Dampaknya Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Pantai Berkas di Bengkulu*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hakim, L. (2013). *Inovasi Pengembangan Destinasi Ekowisata*. In *Prosiding Seminar Nasional Ekowisata: Peran Kepemimpinan dan Inovasi Penduduk Lokal dalam Pengembangan Ekowisata*.
- 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)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 38(1), 1–9.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif F Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue)
- John W., S., & Leigh T., W. (2018). *Theory of Planned Behavior. Mastering Physician Engagement*, 21–30. <https://doi.org/10.1201/9781315367279-3>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital (Terj.)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Kerangka kerja untuk manajemen pemasaran*.
- Laba, K., Perusahaan, P., & Tembakau, S. (2022). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Desember 2021*.
- Listyawati, I. H. (2019). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan*

- Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 37–43.
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i1.136>
- Listyo. (2019). *Metode Penelitian Eksperimen*. Graha Ilmu.
- 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.
- Pandu Sapto Desmantyo, M. P. (2023). *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- 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 Business Management*, 3(1), 67–73.
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225–235.
- Rahmadani, Y. L. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo. *Journal of Hospitality*
- Ratnawaty. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Graha Ilmu.
- Ricki Yuliardi. (2017). *Statistika Penelitian*.
- Rizkie. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*. Alfabeta.
- 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))
- Salim, E., Ali, H., & Yulasmi, Y. (2023). *Optimalisasi Minat Mengunjungi Destinasi Wisata*.
- Sari, M. (2018). *Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Suluh Media.
- Seran. (2020). *Metodologi Penelitian (ekonomi dan sosial)*. Deepublish.
- Shalsha Afifah Ayumi, Erlyna Wida Riptanti, & Isti Khomah. (2022). Pengaruh

- Citra Destinasi dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.890>
- Sjaroni, B. (2019). *Ekonomi Mikro*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Susanto, Y. (2020). *Integritas Auditor Dengan Kualitas Hasil Audit*. Deepublish.
- Suyono. (2015). *Analisis Regresi (untuk penelitian)*.
- Syarifuddin. (2022). *Page 1 of 129*.
- Tanthowi, A. (2021). Implementasi Sistem Informasi Pembayaran Berbasis SMS Gateway. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*. <Http://Jim.Teknokrat.Ac.Id/Index.Php/Informatika>, 188.
- Tri Palupi Robustin, & Rizal, N. (2021). Pengaruh City Branding, Event Wisata, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Waterpark Kabupaten Lumajang. *Progress Converence*, 4(1), 170–175.
- Wara Wangsa, I. N. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word of Mouth*. Anggota IKAPI.
- Wati, E., & Wantara, P. (2024). *The Influence of Destination Image and Tourist Facilities on Tourist Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan pada Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang*. 5(2), 5565–5576.
- Widyaningsih, Nurwati, E., & Nugroho, S. D. (2020). Pengaruh e-WOM dan Citra Destinasi terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 522–540.
- Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. PT. Pustaka Barupress.
- Wisnawa, D. . M. B. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan*.
- Wulandani, N. L. K. L. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Nilai Wisatawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Milenial Mancanegara di Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.28911>
- Zusrony, E. (2019). *Perilaku Konseumen di Era Modern*.