

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9, 179. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p08>
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., Za, S. Z., Ekonomi, F., & Mulawarman, U. (2020). *Pengaruh daya tarik wisata , citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda tourist satisfaction of commercial images as a center of cultural reflection typical of samarinda city*. 12(1), 145–153.
- Arikunto2010. (2022). *Wisata Puncak Mas Lampung Influence Service Quality , Tourism Power , Destination Image , and Prices on Visitor Satisfaction in Puncak Mas Lampung*. 1(September), 59–64.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2015). dalam tiga kategori , yakni , daya tarik alam , daya tarik budaya dan daya tarik buatan manusia (Marpaung , 2000 : 76). Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan , dikemukakan pengertian daya tarik wisata bahwa segala sesu. *Jurnal Administrasi*, 3 no 2, 109.
- Budaya, I,. (2019). pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada salon feri pelaminan. *Jurnal Administrasi Nusantara (JAN) Volume 2 No. 2*
- Cahyanti, M. M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi pada wisatawan “Kampung Warna Warni” di Kota Malang). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*,

25(1), 12. <https://doi.org/10.35606/jabm.v25i1.347>

Caroline, C. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention Cory. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention*, 15(2), 72–80.

Efdison, Z., (2022). Pengaruh perceived value, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Distro Agung Sungai Penuh. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4, Number 8*.

Haryono, G., & Albetris, A. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>

Haryono, G., & Sari, ayu E. (2004). *Manajemen Pemasaran* (Issue 1).

Kerap, V. T., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. . (2022). Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 317. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41829>

Khoni'ah, N. U., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Bisnid Dan Akuntansi*, September.

Kristanti, L. T., & Farida, N. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Museum Kereta Api Ambarawa). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* , 5(3), 117–126.

Kusumawardani, N. (n.d.). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng) Abstrak Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ula*. 1–13.

Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>

Liantifa, M., (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek; Vol.12, No. 2* .

Mahfudhotin, S., & Nurfarida, I. N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–6.

Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.12048>

Prasetyo, A., Anggraini, P., Sistem, P., Universitas, I., & Andalas, D. (2021). *Kota Sungai Penuh Berbasis Website Mobile*. 1(1), 26–30.

putra adi, wulandari, abiyoga adisti. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten

Tabanan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 397–407.

<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/2501/1470>

Soleh, H. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–12.

Supomo, bambang (2013). (2022). Dampak pandemi covid-19 pada kegiatan ekspor impor (studi pada PT. pelabuhan indoneisa II (pesero) cabang teluk bayur). *γ787*, 22(8.5.2017), 2003–2005.

Suryahani, I., Putri, H. O., Hastuti, D., Suarmanayasa, I. N., Marina, Haryono, G., Wijaya, H., Satria, E., & Tirwan. (1967). Pengantar ilmu ekonomi dan manajemen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).

Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan electronic word of mouth terhadap minat kunjung pada situ rawagede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

Yunus, M. (n.d.). *PERAN CITRA DESTINASI TERHADAP PENINGKATAN KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA GEOPARK MERANGIN*. 3(1), 31–42.