

## DAFTAR PUSTAKA

- Hurriyati, R., (2020), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Hidayah, N., (2019), *Pemasaran Destinasi Priwisata*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Kotler, P., dan Keller, K., (2009), *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*, (Alih bahasa: Bob Sabran, MM) , Penerbit Erlangga.
- Prasiasa, D., (2013), *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Jakarta, Penerbit Salemba Humanika.
- Sumarwan, U., (2017), *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi 2)*, Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono., (2015), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Asya Hanif, Andriani Kusumawati, dan M. Kholid Mawardi., (2016), “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengunjung”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38 no. 1.
- Moh. Rizal, N. Rachma dan A. Agus Priyono., (2016), “Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Destinasi Dimediasi Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan”, *Jurnal Riset Manajemen (JRM)*, UNISMA.

Ratna. A. P, N. Farida dan Reni. S.D., (2012) “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan”, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, UNDIP.

Indri Hastusi Listyawati., (2019), “Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan”, JBMA, Vol. VI no.2, ISSN: 2252-5483, YPK Yogyakarta.

Bambang Setyawan., (2020), “Pengaruh Brand Image, Service Quality terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”, UNMUH Ponorogo.

Prilly Vivianita., (2019), “Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan”, UNMUH Ponorogo.

Uswaton Hasanah., (2018), “Pengaruh Lingkungan, Harga dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Moderasi”. UNMUH Ponorogo.

Florentina Anna.T. P., (2018), “Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen”. USD Yogyakarta.