

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I., & Murwatingsih. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung. *Management Analysis Journal*.
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., Zainurossalamia, S., (2020), “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda”, *Jurnal Manajemen*, Vol.12 No.1, 145-153.
- Bosque, I. R., & Martin, H. S., (2008), *Tourist satisfaction: A cognitive-affectivemodel. Annals of Tourism Research*, 35(2), 551-573
- Chen, Ching-fu, dan DungChun Tsai., (2007), *How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intention?*, *Tourism Management*, 28, 1115–1122
- Coban, S., (2012), *The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty the case of Cappadocia. European Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.
- Dewanto, D.A.P., (2019) “Pengaruh Daya Tarik Wahana Wisata Dan Kualitas Layanan Wisata Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM)”, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Elfera (2020), *Pemasaran Pariwisata: Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*, Surabaya, PT Scopindo Media Pustaka.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr, J. F., (2015), “Essentials of Business Research Methods. In Essentials of Business Research Methods. <https://doi.org/10.4324/9781315704562>
- Hanif, A., Kusumawati, A., Mawardi, M.K., (2016), “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 38 No. 1, 2016.
- Hermawan, H., (2017), “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran”, *Jurnal Media Wisata*, Vol. 15, No. 1.

- Hidayah, N., (2019), Pemasaran Destinasi Priwisata, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Hidayatullah, S., dkk, (2020), “Citra Destinasi : Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo”, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 8, No. 1, 2020 : 96 – 108.
- Himawati, M., (2019), “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung Wisata Museum Angkut Kota Batu”, Universitas Muhammadiyah Malang.
- <http://ssantoso.blogspot.com/2008/08/analisis-regresi-dan-korelasi-materi.html> \
- Kotler, Philip. 2012. Marketing Management. Edition 14th. England: Pearson Education
- Kozak, M., (2001), *Repeaters' behavior at two distinct destinations. Annals of Tourism Research* 28,784-807
- Kuncoro, A.E dan Ridwan. (2007), Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis), Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Musfar, T.F., (2020), Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, Bandung, Penerbit Media Sains Indonesia.
- Nurlestar, A.F., (2016), “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisata Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor”, Jurnal Pariwisata, Jurnal Pariwisata.
- Palupi, N.D.G.E., (2017) “Analisis Pengaruh Kepuasan Produk Wisata Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan DIY)”, Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. IV, No. 2.
- Payangan, Otto R., (2014), Pemasaran Jasa Pariwisata, Bandung, IPB Press.
- Prayag, G., (2012), *Paradise for Who? Segmenting Visitors' Satisfaction with Cognitive Image and Predicting Behavioural Loyalty*, 15 (February 2011), 1–15. Pritchard
- Purboyo, dkk, (2021), Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis), Bandung, Penerbit Media Sains Indonesia.
- Putri, R.A., Farida, N., Dewi, R.S., (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, Vol. 4, No. 1, pp.225-235.
- Rahman, N., (2012) “Perspektif Stakeholders Terhadap Potensi Obyek Dan Daya Tarik Wisata (Odtw) Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo”, Jurnal Bumi Indonesia.

- Revida, E., dkk, (2020) Pengantar Pariwisata, Medan, Yayasan Kita Menulis
- Saputra, F.I., (2013), “Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)”, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 11, No. 3.
- Sinaga, Sari, D.R, (2020), “Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir”
- Sulistiyowati, E., Maliyan, S., (2015), “ Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara Sebagai Variabel Intervening”, Jurnal MAKSIPRENEUR, Vol. IV, No. 12, Des 2015, Hal. 24 – 25.
- Syapriani, S.A., (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Madani Hotel Medan)”, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta. Andi Publisher
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Pariwisata
- Utama, I.G.B.R., (2017), Pemasaran Pariwisata (Edisis 1), Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET.
- Ventura, C.Y., (2018), “Pengaruh Pengalaman Pengunjung, Citra Destinasi Dan Sosial Media Melalui Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan”, Universitas Jember.
- Wisnama, I.M.B., Prayogi, P.A. & Sutapa, I.K. (2019), Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Poensi Wisata Di Kawasan Pedesaan, Yogyakarta, Deepublish Publisher.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed. Mc.Graw-Hill. Boston