

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya". *Surabaya: Universitas Kristen Petra*, 5(3), 121–176.
- Dewi, N. M. R. R., Sutiarto, M. A., & Pranatayana, I. B. G. (2023). Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang ke Kawasan Pantai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(8), 1914–1928. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i8.522>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS Update PLS Regresi Edisi 7*. Universitas Diponegoro.
- Karimah, S., & Hastuti, H. (2019). The Development Strategy of Lake Kelimutu Tourist Attraction in Ende Regency. *Geosfera Indonesia*, 4(2), 188. <https://doi.org/10.19184/geosi.v4i2.9222>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing PDF eBook*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2013). *Marketing Management: A South Asian perspectives*. Pearson : London.
- Kurniasari, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 2(1), 17. <https://doi.org/10.32529/emor.v2i1.192>
- Kurniawan, & Zarah. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.
- Muhith, A., & Siyoto, S. (2016). *Pendidikan Keperawatan gerontik*. Penerbit Andi.
- Nopirin. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*. Yogyakarta. BPFE.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 341. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i04.p01>
- Renanita, T. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensi dan Perilaku Berwisata Masyarakat serta Implikasinya bagi Entrepreneurship Bidang Pariwisata. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 4(1, 2), 49–58. <http://journal.uc.ac.id/index.php/JEE/article/view/247/229>
- Santoso, A., Wijaksono, W., & Pristi, E. D. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo.

Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA), 5(2), 63–75.
<https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>

- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(4), 189–196.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. IKAPI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. . Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Bumi Aksara Group.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (1994). Total Quality Management, Yogyakarta: Andi. In *Usman, Suparman*.
- Tze, & Wang. (2012). Bali Tourism Destination Structural Loyalty Model from Consumer Behavior Perspective. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 494–505. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.531>
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Wiratini, M., NNA, S. N., & Yuliarmi, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan pada Daya Tarik Wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(4), 279–285.
- Yoeti, O. A. (2006). *Pemasaran Pariwisata*. CV Angkasa.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.