

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Peran Customer Experience, Daya Tarik dan E-Wom Dalam Menentukan Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 104–116.
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.240>
- Dianty, R., Abrian, Y., & Surenda, R. (2021). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *Jurnal pariwisata dan pemasaran* 2(2), 163–169. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.27772>
- Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M., Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E., M.S. (2020). *Manajemen pemasaran pariwisata dan indikator pengukuran*. Penerbit Samudra Biru.
<https://books.google.co.id/books?id=pynEAAQBAJ&lpg=PP1&ots=PyNrXgcZa6&dq=manajemen pemasaran pariwisata&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=manajemen pemasaran pariwisata&f=false>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition* (Global). *Pearson Education Limited, London*.
- 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>
- Made, B. W., Putu, P. A., & Ketut, S. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (W. B. I. Made, P. A. Putu, & S. Ketut (eds.); Issue 1).
- Martalia, D. (2022). Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Nusantara Pada Masa Pandemi Di Taman Nasional Baluran. *JUMP, Volume 9, Nomor 1*, 9(2), 123–146.
- Nugraha N, & Jerubun E. (2024). Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata Di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 262–296.
- Nuryani, Y., & Winata, A. Y. S. (2024). Mengukur Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar Media Sosial Dan Citra Destinasi Wisata Pantai Lon Malang Di Sampang Madura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(4).
<https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.16916>

- Pratiwi, K. A., I Gusti Ayu Kt .Giantari, I Putu Gde Sukaatmadja, & Putu Yudi Setiawan. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali Wisatawan : Sebuah Tinjauan Literature Sistematis. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 208–224. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i1.1081>
- Puspitasari, D. A. K. (1970). Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 45–54. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.759>
- Rahma, A. A. (2020). The Potential of Natural Resources in Developing the Tourism Sector in Indonesia. *National Journal of Tourism*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Rahmah, N., & Idris, ur M. (2025). PERCEIVED VALUE DALAM KONTEKS MANAJEMEN PEMASARAN. *JEBS Volume (8) No. (1) (1-9) 2025 ISSN: 2599-1191* [Htpps://Journal.Usimar.Ac.Id/Index.Php/Jebs/Index SHARIA](https://Journal.Usimar.Ac.Id/Index.Php/Jebs/Index SHARIA), 1–9.
- Rahmawati, A., & Hanif, A. (2025). Fasilitas dan Pelayanan Prima: Meningkatkan Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Pantai Watulawang, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(1), 46–56. <https://doi.org/10.56743/jstp.v10i1.482>
- Rahmawati, P. D., & Wahyuningsih, T. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 72. <https://doi.org/10.35917/cb.v5i1.485>
- Rizkiah, & Abdillah. (2025). Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjungserta Dampaknya pada Minat Kunjung Ulang (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang Termasuk dalam Kategori Generasi Millennial). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2), 123-145, 03, 495–519.
- Rohmania, D. N. (2022). Kata Kunci : pantai gemah, citra destinasi, motivasi wisatawan, e-wom negatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5).
- Rosita, Marhanah, & W. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, Vol.13, No(1), 61–72. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/viewFile/2134/1504>
- Rudy irwansyah, Khantu Listya, A. setiorini. (2021). Perilaku Konsumen. Windina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).

- Sinatria, N. (2023). Pengaruh Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Berkunjung Kembali Pantai Daerah Istimewa Yogyakarta. *Https://Dspace.Uii.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/47765/21911057.Pdf?Sequence=1,2(4)*, 31–41.
- Sugiyono, A. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Issue January).
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 15–29. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>
- Supraptini, N., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 121–131. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i2.729>
- Tizz, K. (2008). *Experiential consumption: Affect emotions hedonism*. Handbook of Hospitality Marketing Manajement. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-045080-3.50015-9>
- Yussabila, G. Z. (2025). *Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan : Studi Pada Kabupaten*. 4(2).