

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelhamid Jebbouri, H. Z. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology April 2022 / Volume 13*, 1-17.
- Aditya Satriawan, Y. A. (2022). Analisis Destination Image Terhadap Revisit Intention Melalui Satisfaction dan Place Attachment. *Jurnal Administrasi Bisnis / Volume. 16 No. 1*, 146-157.
- Aditya, M. D. (2021). Pengaruh Service Quality dan Trust Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening pada Aplikasi Jasa Kesehatan X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 3*, 844-856.
- Anas A. Salamah, S. H. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: using hybrid SEM-neutral network analysis approach. *Heliyon 8*, 1-15.
- Ayu Nadila, L. S. (2022). Pengaruh Recreational Satisfaction terhadap Minat Kunjung Ulang Wisata Kebun Teh Sidamanik dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Integra Volume 12 Nomor 2*, 133 – 142.
- Chusnul Rofiah, D. W. (2016). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *EKSIS, Vol 12, No 1* , 69-82.
- Colin C.H. Law, Y. Z. (2022). Airline service quality, customer satisfaction, and repurchase Intention: Laotian air passengers' perspective. *Case Studies on Transport Policy 10 (2022)*.
- Dandi Prawira, T. P. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 6 Nomor 1*, 1178-1184.
- Daniel Pereira, N. G. (2016). Pengaruh Service Quality terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.3* , 455-488.
- Ester Apriliyanti, S. H. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis VOL. 12 (1)*, 145-153.

- Ghozali, & L. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SMART PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ina Namora Putri Siregar, S. H. (2019). Pengaruh Rekrutmen dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. BUDI RAYA PERKASA. *Jurnal Manajemen Volume 5 Nomor 1* , 71-80.
- Kurniawan, A. &. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In A. Kurniawan (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- M. Mengkebayaer, M. A. (2022). Eco-destination loyalty: Role of perceived value and experience in framing destination attachment and equity with moderating role of destination memory. *Frontiers in Psychology* , 1-16.
- Matsuoka, K. (2022). Effects of revenue management on perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Business Research* 148 , 131–148.
- Muhammad Latif Nur Rohman, U. S. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum. *Journal Competency of Business Vol 5. No 2* , 64-76.
- Muhammad Ras Muis, D. K. (2020). Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 21 Nomor 1* , 1-19.
- Nataline, E. (2021). Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Brand Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk MS GLOW di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Volume 7 Nomor 2* , 1-9.
- Nguyen Thanh Trang, J. J.-E. (2023). Incorporating senses into destination image. *Journal of Destination Marketing & Management* 27 , 1-10.
- Novita Eka Indriyani, Y. A. (2020). Peran Citra Destinasi, E-WOM, dan Travel Constrains pada Niat Berkunjung Wisata Pantai di Kota Surabaya Jawa Timur . *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 11, No. 2* , 260-281.
- Rezky Maulana, A. F. (2021). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalty Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Rumah Makan Padang di Kecamatan Rengat. *Jurnal Manajemen Vol. 6 No. 2* , 165-178.
- Sekaran, U. B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Amerika: Jhon Willey & amp; Sons, 2009.

- Setyorini, A. D. (Maret 2021). Pengaruh Destination Image dan Kunjungan Wisatawan terhadap Lokasi Wisata Baru. *Jurnal Manajemen Vol. 31 No. 3*, 693-703.
- Sherly Septian Diana Purba, A. S. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Titik Kumpul Capore Situbondo dengan Kepuasan konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS Vol. 1, No. 4*, 744-758.
- Siry, M. J. (2015). Pengaruh Perceived Value terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Tata Rias Pengantin Tunjung Seto dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 1*, 64-72.
- Sunbowen Zhang, J. L. (2022). Destination image, nostalgic feeling, flow experience and agritourism: An empirical study of Yunling Tea Estate in Anxi, China. *Frontiers in Psychology*, 1-15.
- Suparno Saputra, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Post Service Follow Up (PSFU) terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. ASTRA INTERNATIONAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 12, Nomor 2*, 50-62.
- TAMAN PINTAR YOGYAKARTA. (2018). Retrieved from TAMAN PINTAR YOGYAKARTA: <https://tamanpintar.co.id/category/wahana>
- Ting (Tina) Li, F. L. (2021). Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context. *Journal of Destination Marketing & Management 19*, 1-10.
- Yang Yingfei, Z. M.-H. (2022). The Nexus of Service Quality, Customer Experience, and Customer Commitment: The Neglected Mediating Role of Corporate Image. *Frontiers in Psychology, Vol 13*, 1-13.
- Yeri Resika, Z. W. (2019). Customer Perceived Value dan Customer Trust: Identifikasi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen GO-CAR. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 16, No. 1*, 1-22.