

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, A., dan Agustiani, I. N. (2021). *Kajian Pengalaman Wisatawan Pada Kunjungan Wisata Pedesaan (Contoh Implementasi di Kampung Tajur Kahuripan, Kabupaten Purwakarta)*. Sleman: Deepublish.
- Akter, S. D. (2011). An Evaluation of PLS Based Complex Models: the Roles of Power Analysis, Predictive Relevance and GoF Index. Front-line Empowerment and Service Adaptation In A Big Data Driven Services View project Talent analytics View project. *AMCIS*, 1-7.
- Altman, dan Low, S. M. (1992). *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Andika, R. D., dan Prisanto, G. F. (2019). Pengaruh Brand Personality dan Brand Experience Terhadap Emotional Brand Attachment Pada Merek Vespa. *Inter Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 179-188.
- Aswasulasikin. (2018). *Filsafat Pendidikan Operasional*. Sleman: Deepublish.
- Aziz, Z. A., Suprpto, H., dan Sudaryoto. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Pongok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 8-18.
- Baloglu , S., dan McCleary, K. w. (1999). A model of Destination Image Formation . *Annals Of Tourism Research*, 864-897.
- Boateng, S., Kosiba, J. P., Adam , D. R., Otori, K. S., & Okoe , A. F. (2020). Meneliti Loyalitas Merek dari Perspektif Teori Keterikatan . *Inteljen Pemasaran*, 470-494.
- Chen , C. F., dan Tsai , D. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? *Tourism Management* , 1115-1122.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295.
- Choi, S. H., dan Kim, J. N. (2012). *Tourism loyalty : an extended communication action model*. USA: Purdue University.
- Chon, K. S. (1990). The Role of Destination Image IN Tourism: A Review and Discussion . *Tourist Review*, 2-9.
- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan* . Yogyakarta: Pustaka Belajar .
- Darmawan , V., dan Sihotang, S. T. (2020). Kajian Place attachment Kampus Arsitektur Universitas Diponegoro . *IMAJI*, 141-150.

- Djuniardi, D., Sani, I., Tulisan, M. T., Baali, Y., Saerang, A. A., Sucandrawati, N. L., . . . Rukmana, A. Y. (2023). *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Padang: Get Press Indonesia .
- DPDRI. (2023). *Komite III DPD RI Bahas Permasalahan Pariwisata Hingga Rencana Kerja Kementerian Pariwisata Tahun 2024*. Jakarta: Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Diambil kembali dari <https://www.dpd.go.id/daftar-berita/komite-iii-dpd-ri-bahas-permasalahan-pariwisata-hingga-rencana-kerja-kementerian-pariwisata-tahun-2024>
- Draf Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam angka 2022. (2022). Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata Edisi 1*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Elvera. (2020). *Pemasaran Pariwisata Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. Surabaya: Sucofindo Media Pustaka.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. F., dan Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terdapat Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 58-71.
- Fan, J., dan Qiu, H. L. (2014). Examining the effects of tourist resort image on place attachment: A case of zhejiang China. *Public Personnel Management*, 340-354.
- Fiandari, Y. R., Rukmijati, A., Fauzi, R. R., Samara, E., Rindini, Dahlia, dan Syafrizan. (2023). *Manajemen Destinasi untuk Penguatan Pariwisata Indonesia di Tingkat Internasional*. Malang: Pustaka Peradaban .
- Ghozali , I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Latan , H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to KeepIt*. New York: Simon and Schuster, Inc.
- Gross, M. J., dan Brown, G. (2008). An empirical structural model of tourists and places: progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 1141-1151.

- Gu, H., dan Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism – the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 637-647.
- Hair, J., Hult, G. T., Ringke, C., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*-Joseph F.Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. Sage.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A., dan Lindsay, N. J. (2006). Place bonding for recreation places:conceptual and empirical development . *Leisure Studies*, 17-41.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Heuvel, L. V., Blicharska, M., Stian, S., dan Ronnback, P. (2022). Been There, Done That? Effects Of Centrality to Lifestyle and Experience Use History on Angling Tourists Loyalty to a Swedish Salmon Fishery. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1-14.
- Hikmah, dan Nurdin. (2021). *Pemasaran Pariwisata*. Pekalongan : Pt. Nasya Expanding Management.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya .
- Inglis, J., Deery, M., dan Whitelaw, P. (2008). *The Development Of Place Attachment In Parks*. Australian: CRC for Sustainable Tourism.
- Jeong, Y., dan Kim, S. (2019). Exploring a suitable model of destination image: The case of a small scale recurring sporting event. *Asia Pacific Journal of Marketing dan Logistics*, 1287-1307.
- Khairani. (2009). *Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata : Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009.*( Skripsi). Depok: Universitas Indonesia .
- Kim, S. H., dan et. (2009). Structural relationships among involvement, destination brand equity, satisfaction and destination visit intentions: The case of Japanese Outbound Travelers. *Journal of Vacation Marketing* , 349-365.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi 13*. Jakarta:Prenhallindo.

- Kotler, Philip, dan Armstrong . (2012). *prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro , M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi ke 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kuncoro. (2013). *Metode Riset dan Bisnis dan Ekonomi, Edisi 4*. Yogyakarta: Erlangga .
- Lee, S., Graefe , A. R., dan Burns , R. C. (2007). Examining The Antecedents Of Destination Loyalty in a Forest Setting . *Leisure Sciences* , 463-481.
- Lee, W., dan Jeong, C. (2021). Distinctive roles of tourist eudaimonic and hedonic experiences on satisfaction and place attachment: Combined use of SEM and necessary condition analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58-71.
- Li, T., Liu , F., dan Soutar, G. N. (2021). Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context . *Journal of Destination Marketing dan Management* , 1-10.
- Lim, F. L., Chandrawati, N. E., Nugroho, R. N., dan Hermawan, H. (2021). Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan dengan Pelayanan Kepemanduan dan Penerapan Protokol Kesehatan di Desa Wisata Nglanggeran Studi Pendahuluan. *Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLE)*, 45-64.
- Loureiro, S. M., dan Gonz, C. Y. (2008). Pentingnya Kualitas Kepuasan Kepercayaan, dan Citra Dalam Kaitannya Dengan Loyalitas Wisatawan Pedesaan . *Jurnal Pemasaran Perjalanan dan Pariwisata*, 117-136.
- Lu, C. B., Weng , H. K., Chen , S. Y., Chiu , C. W., Ma, H. Y., Mak, K. W., dan Yeung , T. C. (2020). How Port Aesthetics Affect Destination Image, Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty. *Maritime Business Review*, 211-228.
- Mayer, C., dan Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 117-126.
- Mengkebayer, M., Nawaz, M. A., dan Sajid, M. U. (2022, Agustus). 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.
- Milannia, R., dan Annisa, I. T. (2022). Pengaruh Kredibilitas Sumber dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keterikatan Destinasi sebagai Mediasi pada Wisatawan Orchid Forest Cikole. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 60-70.

- Muhamad, N. (2023, Agustus 3). Provinsi Tujuan Turis Lokal Terbanyak hingga Juni 2023, Jatim Kalahkan Bal. *databoks*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/03/provinsi-tujuan-turis-lokal-terbanyak-hingga-juni-2023-jatim-kalahkan-bali>
- Nursanty, E., dan Wulandari, A. (2021). *Place Attachment Research dedicated to defining what makes a place "meaningful" enough for place attachment*. Semarang: Butterfly Mamoli Press.
- Oppermann, M. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 78-84.
- Siaran Pers (2023). *Siaran Pers : Menparekraf: Pariwisata Hijau Lebih Berpeluang Buka Kesempatan Kerja Berkualitas*. Singapura: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Diambil kembali dari <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/siaran-pers-menparekraf-pariwisata-hijau-lebih-berpeluang-buka-kesempatan-kerja-berkualitas>
- Pranita, D., Sule, E. T., Kartini, D., dan Kaltum, U. (2022). *Co- Creation Model For Competitive Marine Tourism Destination/ Model Kreasi Bersama pada Destinasi Wisata Bahari*. Tangerang: Pascal Books.
- Prayang , G., dan Ryan, C. (2012). Antecedents of Tourists Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement and Satisfaction . *Journal of Travel Research*, 342-356.
- Rahmawati, N., Ramdan, A. M., dan Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Business(JOBS)*, 109-119.
- Rizqy, A. M., dan Roostika, R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Loyalitas Destinasi melalui Kesejahteraan Subjektif dan Keterikatan Destinasi sebagai Mediator (Studi Kasus: Destinasi Wisata di Magelang dan Yogyakarta). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 77-94.
- Robinette , S., dan Brand, C. (2001). *Emotion Marketing: The HallMark Way of Winning Customers For Life*. New York: McGrawHill International.
- Salsabilla, R. (2023). *Pemerintah Target Nilai Devisa Pariwisata Rp202 T pada 2024*. Jakarta: CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231129122727-33492955/pemerintah-target-nilai-devisa-pariwisata-rp202-t-pada-2024>

- Schmitt, B. H. (2004). *Experiential Marketing : How To Get Customers To Sense, FeelThink, Act And Relate To Your Company And Brand*. New York: Free Press.
- Sekaran , U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach. 2 Edition*. John Wiley dan Son. Inc.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan- Keahlian Edisi 6, Buku 2*. Jakarta Selatan : Penerbit Salemba Empat.
- Setyaningsih , Z., dan Wijono, D. (2013). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Citra Destinasi Pariwisata Kasus : Jl. Malioboro dan Jl. Ahmad Yani, Yogyakarta. *Tesis S2 Nag. Arsitektur Pariwisata*.
- Shaykh, B. (2020). A multifaceted Study of Place Attachment and its Influences on Civic Involvement and Place Loyalty in Baharestan New Town. *Cities*.
- Siregar, O. M., Selwendri, Maulidina, dan Abdillah, M. B. (2020). *Meningkatkan Loyalitas Wisatawan di Sumatera Utara*. Medan: Puspantara.
- Smith, W. W., Li, X. R., Pan, B., Witte, M., dan Doherty, S. T. (2015). Tracking Destination Image Across The Trip Experience With Smartphone Technology. *Tourism Management*, 113-122.
- Sonmez, S. F., dan Graefe, A. R. (1998). Determining Future Travel Behavior From Past Travel Experience and Perceptions. *Journal of Travel Research*, 171-177.
- Setiawan , P. Y. (2014). The Effect of e-WOM on Destinantion Image, Satusfaction and Loyalty. *Internasional Journal of Business and Management Invention*, 22-29.
- Stumpt, P., Vojtko, V., dan Jenecek, P. (2020). Apakah Turis Eropa Berniat Mengunjungi Kembali Negara Yang Sama? Pengaruh Kepuasan di Destinasi Uni Eropa . *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata Skandinavia*, 398-417.
- Stylidis, Woosnam, K. M., Ivkov, M., dan Kim, S. S. (2020). Destination loyalty explained through place attachment, destination familiarity and destination image. *International Journal of Tourism Research*, 604-616.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RdanD*. Bandung : Alfabeta.
- Suryadana, M. L. (2013). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataaan dalam Paradigma Integratif-Transformatif Menuju Wisata Spiritual*. Bandung : Humaniora.

- Suryana, dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*,. Jakarta: prenada media group.
- Suwena, I. K., dan Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Suyanto. (2019). *Memulai bisnis dari nol, Belajar dari Entrepreneur Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- Tasci, A. D., Uslu, A., Styliadis , D., dan Woosnam, K. M. (2021). Place oriented or people oriented concepts for destination loyalty: Destination Image and place attachment versus perceived distances and emotional solidarity. *Journal of Travel Research*.
- Teng , H. Y., dan Chen, C. Y. (2020). Meningkatkan Hubungan Tujuan Penggemar Serta Dalam Pariwisata Yang Dipacu Oleh FILM . *Persepsi Manajemen Pariwisata*, 1-11.
- Trimurti, C. P., dan Utama , I. G. (2020). *Model Pengembangan Destinasi Dalam Perspektif Motivasi Berwisata*. Sleman: Deepublish.
- Utama, I. B. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I. G. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Adi.
- Utami , I. G. (2017). Place Attachment pada Kawasan Komersial di Jalan Danau Tamblingan, Sanur. *Ruang Space*, 147-160.
- Uysal, M., dan Modica, P. (2016). *Sustainable Island Tourism Competitiveness and Quality*. USA: CABI.
- Walenta, A. S. (2023). *Pengembangan Citra Pariwisata di Kabupaten Poso*. Sigi: Feniks Muda Sejahtera.
- Wiradipoetra, F. A. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 131.
- Wisnawa, M. B., Kartimin, W., dan Hartini, N. M. (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata*. Sleman: Deepublish.
- You , X., dan Donthu , N. (2001). developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 1-14.