

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B. P., & Rokhmat. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Harga, Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 2499-2513.
- Apriliyanti, E., Hudayah, 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*, 12(1), 145-153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JurnalManajemen>
- Azliansyah, T., Margaretha, R., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh Promosi Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Istana Maimun. *Jurnal Prointegrita*, 4(1), 185–200.
- Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024). Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Tujuan Perjalanan. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTE0IzI=/jumlah-kunjungan-wisatawan-nusantara-menurut-tujuan---perjalanan-.html>
- Bang Nguyen Viet, Huu Phuc Dang & Ho Hai Nguyen | (2020) Revisit Intention and Satisfaction: The Role of Destination Image, Perceived Risk, and Cultural Contact, *Cogent Business & Management*, 7:1, 1796249, 1-20. DOI: [10.1080/23311975.2020.1796249](https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249)
- Baskara, R. F., Mardiatmi, B. D. A., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Traveloka. *Korelasi (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2(1), 1645–1659.
- Binawa, I. G. P., Indrawati, Y., & Mananda, I. G. P. B. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keselamatan Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Daya Tarik Wisata Air Terjun Tegenungan Gianyar Bali. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2174–2182. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1556>
- Biswas, C., Deb, S. K., Hasan, A. A. T., & Khandakar, M. S. A. (2020). Mediating Effect of Tourists' Emotional Involvement on The Relationship Between Destination Attributes and Tourist Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(4), 490–510. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2020-0075>

- Dewi, N. K. A. S., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 717–728.
- Dinas Pariwisata DIY. (2023). Statistik Pariwisata 2023 Kabupaten Sleman. Diakses dari <https://visitingjogja.jogjapro.go.id/webdinas/download-category/statistik-pariwisata/>
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136-1147.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Endang Kornita, S. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40-47.
- Ghozali, Imam; Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2 (Untuk Penelitian Empiris)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Ghazali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program Smart PLS 3.2.9 untuk penelitian empiris Edisi 3*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gultom, H. C., Sakti, R. D. K., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang 2020. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 7(2), 118–125.
- Hair et.al. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls Sem)*. California: SAGE Publication Inc.
- Hair Joseph F., Hult, G. Thomas M., Ringle, Christian M., Sarstedt, Marko. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. California: SAGE Publication Inc.
- Isnaeni, Nur. (2022). *Pengaruh Destination Image, Tourism Service Quality, dan Tourist Facilities terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen* (Skripsi Sarjana, Universitas Putra Bangsa). <https://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1139/>

- Kawatu, V. S., Mandey, Silvy L., & Lintong, Debry Ch. A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 400-410.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, Februari 6). *Menjadi salah satu sektor strategis dorong pertumbuhan ekonomi, pariwisata gencar dikembangkan pemerintah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6164/menjadi-salah-satu-sektor-strategis-dorong-pertumbuhan-ekonomi-pariwisata-gencar-dikembangkan-pemerintah>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023, Desember 21). *Outlook pariwisata: Melihat tren pariwisata ke depan menurut para ahli*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-parekraf/outlook-pariwisata-melihat-tren-pariwisata-ke-depan-menurut-para-ahli>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024, Maret 9). *Siaran pers: Menparekraf resmi luncurkan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024*. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-resmi-luncurkan-anugerah-desa-wisata-indonesia-adwi-2024>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13 (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow : Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. Harlow : Pearson Education.
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Widya Manajemen*, 2(1), 10–27.
- Latifah, Z. I., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Pengaruh Service Quality dan Destination Image terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi empiris pada pengunjung tempat wisata

- Mojosemi Forest Park Magetan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*, Vol. 4.
- Lestari, P., & Yusuf, A. (2020). Analisis Faktor Penentu Minat Berkunjung kembali pada Destinasi Wisata Taman Limo Jatiwangin Bekasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 11(2), 180–195.
- Limbong, Ayu Rotua. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisata Lembah Pelangi Batam*. (Skripsi Sarjana, Universitas Putera Batam). <http://repository.upbatam.ac.id/2781/>
- Liu, Y., Huang, D., Wang, M., & Wang, Y. (2020). Bagaimana Kualitas Layanan, Nilai, Kesenangan, dan Kepuasan Menciptakan Loyalitas pada Sistem Berbagi Sepeda tanpa dok yang Cerdas? *Review of Business Management*, 22(3), 705-728. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i3.4070>
- Malikhah, S., Fadhilah, M., & Welsa, H. (2023). Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(2), 1814-1831. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479>
- Masterplan Desa. (2023, Februari 28). *Meningkatkan Ekonomi Pedesaan melalui Pengembangan Pariwisata*. <https://www.masterplandes.com/wisata/meningkatkan-ekonomi-pedesaan-melalui-pengembangan-pariwisata/>
- Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata terhadap Revisit Intention (Studi pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 170-179. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34251>
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74, <https://Doi.Org/10.12928/Fokus.V11i1.3851>
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Niat Berkunjung Kembali. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185-201. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit

- Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 124-133, <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Ramdhani, A. S., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman dan Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi (Studi empiris pada obyek wisata Grand Puri Maerokoco Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 15–29. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang Dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38-49.
- Rismawati, Sitepu, E. S. (2021). The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on Revisit Intention with Intervening Variables Tourist Satisfaction. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(1), 77-87. DOI: <http://dx.doi.org/10.31940/ijaste.v5i1.2097>
- Safitri, L. (2022). Analisis Kualitas Makanan, Citra Kota, dan Promosi terhadap Kunjungan Ulang pada Wisata Kota Bukittinggi Sumatera Barat dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 270–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.831>
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Kepuasan Destinasi dan Niat Berkunjung Kembali Wisatawan: Apakah Kualitas Layanan Bandara Penting? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 134-148. <https://doi.org/10.1177/1096348018798446>
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7 ed.). United Kingdom: Wiley.
- Sianipar, E. S. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Experiential Purchasing terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Wisatawan Kabupaten Samosir)* (Skripsi Sarjana, Universitas HKBP Nommensen). <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4264?show=full>
- Siregar, M. R., Siregar, M. I., Saputra, J., Muzammil, A., & Muhammad, Z. (2021). The Mediating Role of Service Quality, Tourists' Satisfaction and Destination Trust in The Relationship between Destination Image and Tourist Revisiting Intention. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(6), 1603-1616. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6\(54\).16](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6(54).16)

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyanda, B., Nur Sulistiyowati, L., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Service Quality dan Destination Image terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Pengunjung Tempat Wisata Mojosemi Forest Park Magetan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*, Vol. 4.
- Sulistyanda, B., Nur Sulistiyowati, L., & Ula Ananta Fauzi, R. (2023). Pengaruh Pengalaman Pengunjung dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi pada Wisatawan Telaga Sarangan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*, Vol. 4.
- Sulistyowati, W. (2018) *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Waluyo, T. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali : Studi Pada Hotel X Kota Pekalongan. *Ilmu Dan Budaya*, 41(71), 8463–8494.
- Xuan Truong Nguyen (2020). Factors That Influence the Intentions to Revisit Korea of Vietnamese Tourists. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol. 7 No. 4, 247 – 258.
- Yulianti, N. K. A., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 672-686.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A Model of Perceived Image, Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>