

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab, A. (2018). CITRA DESTINASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP INTENSI UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI DI SULAWESI SELATAN SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA. *Sosiohumaniora*, 20(3), 207. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.14050>
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). *PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE*. 7(2).
- Agus, A. (2019). ANALISIS DAYA DUKUNG POTENSI WISATA BAHARI BARU DI KAWASAN WISATA PULAU WEH SEBAGAI PULAU TERLUAR. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 1(2), 1–14. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v1i2.14>
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Za, S. Z. (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.
- Audina, F. I., Natalia, T. C., Lemy, D. M., & Hulu, M. (2022). Faktor yang Memengaruhi Niat Wisatawan Jabodetabek Kembali Ke Pulau Bali Semasa Covid-19. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 186–202. <https://doi.org/10.47608/jki.v16i22022.186-202>
- Christi Mogimpe. (2021). *PENGARUH KOMPONEN PARIWISATA TERHADAP*

*KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA AIR TERJUN SALUOPA ERA COVID-19. Jurnal studi manajemen & riset terapan. 1.*

Cristie, J. (2023). *ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACTIVITY, DAN AMENITY TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUSEUM TEKSTIL JAKARTA.*

Donargo, S. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Kesawan Kota Medan.*

Goeltom, V. A. H., Kristiana, Y., Pramono, R., & Purwanto, A. (2019). The influence of intrinsic, extrinsic, and consumer attitudes towards intention to stay at a Budget Hotel. *Tourism and Leisure, 8.*

Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. 2.*

Hidayat, T. T. N. (2017). *PENGARUH AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE TELAGA TAMBING. On Line, 3(2).*

Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WOM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 6(2), 164.*

<https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11163>

Manaloe, O. Leonard. (2020). Analisis Wisata Selam Berkelanjutan (Studi Kasus: Daya Dukung Lingkungan Terumbu Karang untuk Wisata Selam di Pulau Pari, Kepulauan Seribu). *Jurnal Riset Jakarta, 13(1).*

<https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v13i1.22>

Marpaung, budiman. (2019). *Marpaung, B. (2019). PENGARUH DAYA TARIK, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KESELAMATAN DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENTING TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN. MPU PROCURATIO, 1(2 Okto), 144-155.*

Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020a). PENGARUH ATRAKSI WISATA, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA RELIGI MAKAM KH. ABDURRAHMAN WAHID. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 3(2), 152–164.* <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164>

Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020b). PENGARUH ATRAKSI WISATA, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA RELIGI MAKAM KH. ABDURRAHMAN WAHID. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 3(2), 152–164.* <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164>

Nafis, R. W. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.* 8(1).

Prawira, D., & Putra, T. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang.* 6.

Riduwan dan Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur).* Bandung: Alfabeta.

Rindani, L. (2016). *KEPUASAN WISATAWAN TENTANG DAYA TARIK WISATA*

*PANTAI AIR MANIS PADANG.*

Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). *KAWASA Volume XI Nomor 2 Mei 2020.*

Sari, T., Pradhanawati, A., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh Fasilitas , Electronic Word Of Mouth, Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1049–1056.  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30407>

Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL, WORD OF MOUTH, DAN DAYA TARIK WISTA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN OBYEK WISATA GUNUNG BERUK KARANGPATIHAN BALONG*. 2(1).

Sugiyama. (2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung: Guardaya Intimarta, 17.

Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206.  
<https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Widiati, F. A., & Oetarjo, M. (2022). The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 15.  
<https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.776>

- Suwena, I Ketut., Widyatmaja, I Gst Ngr. 2010. Pengetahuan dasar Ilmu Pariwisata. Cetakan pertama. Udayana University Press.
- Witt, Stephen. F & Mountinho, Luiz. 1994. Tourism Maketing And Management. Second Edition. Prentice Hal International.
- Priatmoko, S. 2017. Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1): 72–82.
- Gulman,.Hauzan (2009) Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, *Journal of Product and Brand Management*.
- Susilawati, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian pada PD Marmara Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 018 - 027.
- Anggraini1, R.P., L.N. Sulistyowati., dan H. Purwanto.2019. Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel Simba Unipma Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.
- Agatha. F., Y. P. Putra., dan S. Utami. 2019. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Pasir Putih Karangoso Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 81-90.
- Daulay, S.H.P.P. 2022. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari.

Jurnal Creative Agung, 12(2), 1 – 19.

Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 66–77.

Primadewi, E., Rispantyo, & Wardiningsih, S. S. (2020). Analisis Faktor Promosi, Aksesibilitas dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14, 13–23.

Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. December.

Ningtiyas, E. A. et al. (2021). ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITY, ANCILLARY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MELALUI LOYALITAS WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Media Wisata*, 19(1), 83–96.

Pangestuti, I. S. E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.

Mahendra, D. M., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Desa Pela Kecamatan

Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, 1(4), 306–316.

Damarsiwi, E. P. M., & Wagini. (2018). Pengaruh Electronic Worth of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pulau Tikus. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986(September 2018), 479–484.

Huda, kamal musthofa, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Coban Jahe. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 90–101.

Tasci, D.A dan Kozak, M. 2006. Destination Brands vs Destination Image: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing*.

Wibowo, S. F., Sazali, A., & Rivai, A. K. (2016). The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 7(1), 136-156.

Abdulhaji, S., dan I.B.H. Yusuf. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2).

Nyoman S. Pendit. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.

Rahmadanty, W. M., dan Surono. 2023. Pengaruh Tourist Attraction, Aksesibilitas Dan Amenitas Terhadap Citra Destinasi Untuk Meningkatkan Keputusan Berkunjung Destinasi Monumen Nasional

- (MONAS) .Panorama Nusantara, 18(1), 1-17.
- Chahal H, Devi A. 2015. Destination attributes and destination image relationship in volatile tourist destination: Role of perceived risk. *Metamorphosis: A Journal of Management Research*. 14(2):1–19.
- Mohaidin, Z., Wei, K. T., & Ali Murshid, M. (2017). Factors influencing the tourists' intention to select sustainable tourism destination: a case study of Penang, Malaysia. *International Journal of Tourism Cities*, 4(3), 442–465.
- Suandari, N.P.K., Ni Nyoman Kerti Yasa., dan I Putu Gede Sukaatmadja. 2023. Peran Citra Destinasi Berkearifan Lokal Memediasi Atribut Destinasi dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11(2), 236-248.
- Suwantoro, Gamal. (2009). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Edisi II. Cetakan 10. Yogyakarta : Andi.
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongkok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*, 7(2).
- Hidayat, T. T., Chalil, & Sutomo, M. (2017). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(2), 201–212.
- Sugianto, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 101–116.



Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.

