

BIBLIOGRAPHY

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., & Al-tal, R. M. (2017). Journal of Hospitality and Tourism Management eWOM , revisit intention , destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>
- Agung, A., Agung, P., Tamba, M., & Suryawathy, I. G. A. (2015). *The Influence of Tourism Attributes and Promotion on the Consumer Image and Decision to Revisit Kintamani Ecotourism , Bangli Regency*. 2(3), 72–79. <https://doi.org/10.5430/mos.v2n3p72>
- Alegre, J., & Cladera, M. (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/03090560910946990>
- Apriliyanti, E., Hudayah, 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(1), 145-153.
- Aprilia, E. R., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2017). *Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Daly, F.P. (2018). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di taman nasional gunung halimun salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94-101.
- Berkunjung Ke Kota Banda Aceh. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Diakses pada tanggal 15 Desember 2018 (<https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/9926/1/SKRIPSI%20FULL.pdf>).
- Damanik, D. M., Iranita, I., & Kurniawan, R. (2021). DAMPAK ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), CITRA DESTINASI DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA TANJUNG SETUMU PULAU DOMPAK KOTA TANJUNGPINANG). *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), 1025-1039.
- Destination Image as Mediation Variables (Study in Pasaman Regency Tourism Destinations)*. 152, 599–609.
- Singagerda, I.S.F (2023). Tinjauan Teoritis dan Pendekatan Aplikatif Keberlangsungan Pengembangan Pariwisata Jilid I

- Ghozali, I. (2006). Structural equation modeling metode alaternatif dengan partial least square
- Gusriza, F. (2022). Analisis Potensi Objek Daya Tarik Wisata di Kawasan Saribu Rumah Gadang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 9(1), 37-44. Harahap, M. S., & Dwita et al (2020). *Effect of EWOM on Revisit Intention : Attitude and Destination Image as Mediation Variables (Study in Pasaman Regency Tourism Destinations)*. 152, 599–609.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123-133.
- Hennig-thurau, T., Eifler, V., Hennig-thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH VIA CONSUMER-OPINION PLATFORMS: WHAT MOTIVATES CONSUMERS TO ARTICULATE THEMSELVES ON THE INTERNET?December*. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- <https://lampung.rilis.id/Humaniora/Berita/Jumlah-Kunjungan-Wisatawan-ke-Lampung-Merosot-Tajam-Berikut-Data-Tahun-2006-%E2%80%932022-njcGHPe?page=3>
- <https://www.kupastuntas.co/2023/01/24/wisata-bahari-jadi-tempat-favorit-wisatawan-yang-berkunjung-ke-lampung-berikut-lokasinya>
- Jannah, M. S. M. (2023). *PENGARUH CITRA DESTINASI DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Khoni'ah, N. U., & Sidanti, H. (2022, October). PENGARUH DAYA TARIK, CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Kotler, Philip, John T. Brown, dan James C. Makens. 2009. *Marketing for Hospitality and Tourism*
- Kusumawardani, N. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Liswita, sumaria, (2021) *TOURIST REVISIT INTENTION IN LAMPUNG PROVINCE*
- Manurung, G. T., & Ferdian, F. (2023). Pengaruh Visitor Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada

Pengunjung Museum Adityawarman Padang). *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 6(2), 85-93.

Nariwati et al, (2019). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis*. Yogyakarta: ANDI

Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D. C., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. (2020). Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana*, 1(1), 1-21.

PENGARUH E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN PLS,
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Provinsi Lampung Dalam Angka 2022, BPS Provinsi Lampung

Puad, A., Som, M., Sultan, U., Abidin, Z., & Marzuki, A. (2012). *Factors Influencing Visitors ' Revisit Behavioral Intentions : A Case Study of Factors Influencing Visitors ' Revisit Behavioral Intentions : A Case Study of Sabah , Malaysia. December 2015.*
<https://doi.org/10.5539/ijms.v4n4p39>

Putri, S. K., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Ranu Klakah Kabupaten Lumajang Tahun 2021. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 17(1), 67-72.

Prasetyo Catur .A, (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Di Mediasi Oleh Respon Emosional Pada Pulau Pahawang

Restu, R. (2016). *Examining Relationships of Destination Image , Service Quality , e-WOM, and Revisit Intention to Sabang Island , Indonesia.* 2, 85–96.

Rizki, M. T. (2022, August). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Kampung Batu Malakasari. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 661-667).

SOPYAN, S., & WIDIYANTO, I. (2015). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

(Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1230-1251.

Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022, October). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).

Tantriana, D., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Aksesibilitas, Experiential Marketing dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 173-183.

Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. PERAN CITRA DESTINASI MEMEDIASI

Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. PERAN CITRA DESTINASI MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1230-1251.

Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas.