

DAFTAR PUSTAKA

- Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Al-Faouri, R. N., & Qatu, L. T. (2016). Tourism Service Quality and Destination Loyalty–The Mediating Role of Destination Image From International Tourists’ Perspectives. *Tourism Review*.
- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaberi, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors Influencing Sport Tourists’ Revisit Intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Andreas, H. K. T. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan Perceived value terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: A Case Study of Chinese Tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Dewi, I. R. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung yang Dimediasi oleh Respon Emosional (Studi Pada Pengunjung Wahana Air Lampung Walk Bandar Lampung).
- Kristanti, L. T., & Farida, N. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Niat Berperilaku Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Museum Kereta Api Ambarawa). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 117-126.
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 35-44.
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2011). The Study of The Relationships Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*, 3(2), 353-379.
- Manap, H. Abdul 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Paludi, s. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi Perkampungan

- Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. *Jurnal STEIN*, 11(1).
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225-235.
- Sudaryono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan *Mix Method*. PT. Raja Grafindo Persada. Edisi Kedua.
- Siregar, Syofian, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Soebagio, Y. C. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengunjung Wisata Taman Ria Suropati Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Wibasuri, A. (2019). Model Sikap Calon Wisatawan Terhadap Aplikasi Belanja Wisata Berbasis Online.
- Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengunjung di Owabong Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 21(2).
- Yusendra, M. A. E., & Paramitasari, N. (2018). Identifying Factors Affecting Domestic Tourist Satisfaction on Tourist Destinations In Indonesia. *Derema (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 13(2), 157-174.