

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astini, R., & Sulistiyowati, I. (2015). Pengaruh Destination Image, Travel Motivation, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Muslim Di Pantai Carita Pandeglang Banten). *Rina Astini Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Indah Sulistiyowati*, 1(3). Retrieved from [www.republika.com](http://www.republika.com)
- Cici Safitasari & Ida maftukhah. (2017). Pengaruh kualitas layanan, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan melalui keputusan pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6 (3).
- Destari, F. (2017). Meningkatkan Intention To Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata & Destinasion Aimage: Studi Kasus Pada Big Event JFC. *Universitas Jember*.
- Dewi, S. N. (2013). Pengaruh Citra Destinasi pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap perilaku Pasca Berkunjung Wisatawan Nusantara. *Bandung: Respository.Upi.Edu*.
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110–117. <https://doi.org/10.15294/MAJ.V2I1.1954>
- Fandy Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, P. . (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivirate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Hanif, A. Kusumawati, A. danMawardi. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota

- Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38 No.
- Hartono & Wahyono. (2015). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4 (2).
- Hidayat, D. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Pengunjung di Gembira Loka*.
- Kharis, I. F. (2011). Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online. Senarang. *Skripsi. Universitas Diponegoro*.
- Kurniawan, C. J. (2014). *Studi Deskriptif Destination Image Kota Malang Menurut Perspektif Wisatawan Surabaya*. 3(2), 1–15.
- Lopes, S. D. F. (2011). “*Destination image: origins, developments and implications*.” Polytechnic Institute of Cávado and Ave Portugal.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mohammed, A. R. J., Zahari, M. S. M., Talib, S. A & Suhaimi, M. Z. (2014). The Causal Relationships between Destination Image, Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8 (10), 3346–3352.
- Prayag, G. (2012). Paradise For Who? Segmenting Visitor’s Satisfaction with Cognitive Image and Predicting Behavioural Loyalty. *International Journal of Tourism Research*, 14 (1), 1–15.
- Ratna Acintya Putri, N. F. dan R. S. D. (2012). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Ratna Acintya Putri1, N. F. Dan R. S. D. (2012). 1, 2 3. Ilmu Administrasi Bisnis. Ilmu Administrasi Bisnis*, (024).
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). The Influence of Citra Tourism , Tourism Promotion and Quality of Service For Tourists Satisfaction Attractions Uses Attractions Bunaken Marine Park at North Sulawesi. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1089–1100.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Sleman: General Mcarthur.
- Tjiptono, F. (2012). *service management wujudkan layanan prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Wicaksono, A. A. (2012). "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Analisis Deskriptif Kuantitatif Tanggapan Konsumen Mengenai Store Atmosphere Rumahku Art Cafe Magelang Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen)." *Skripsi*. Yogyakarta: *Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.