

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). In *Spanish Journal of Marketing - ESIC* (Vol. 25, Issue 2). <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *JIPIS*, 31(2).
- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh Influencer Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare pada Tiktok Shop. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Agustina, M. (2023). Pengaruh Perceived Value dan Destination Image terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Desa Wisata Nglanggeran). Universitas Negeri Jakarta.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- ancol.com. (2024a). Dufan Ancol. www.ancol.com
- ancol.com. (2024b, March 15). Paket Wisata Dufan: Petualangan Tak Terlupakan di Dufan Ancol. <https://www.ancol.com/blog/paket-wisata-dufan/>
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal ALTASIA*, 5(2). <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7855>
- Anggraita, S. L. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten. 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.47701.2933>
- Anom, L., & Safii, A. A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan dan Revisit Intention Pengunjung Wisata Alam di Kabupaten Bojonegoro.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di E-Commerce Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5). <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & Zainurossalamia, 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. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen>
- Arkanuddin, M. F., Firmansyah, M. A., Fakhruddin, M. B., Dewani, C. H., & Kridaningsih, T. E. (2023). The Analysis Of Satisfaction On Digital Business Sector: Expectation Confrimation Model Validation. *Jurnal Ekombis Review*, 11(2), 1781–1800. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>
- Atia, Y., Omar, A. A., Amri, A., & Hasani, M. C. (2021). Pengaruh Social Media, Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena, Makassar).

- PONGGAWA: Journal of Fisheries Socio-Economic, 1(1).
- Basuki, R., Wulandari, V. C., & Apreziyanti, D. (2023). Statistik Obyek Daya Tarik Wisata 2022 (Vol. 6).
- Batubara, R. P., & Putri, A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 2022. <https://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/657>
- Darmansyah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1).
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1).
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHA Dequity Jurnal Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.543>
- Faizal, A., & Taruna, B. (2020). Analisis Kualitas Layanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Narapidana di Lapas Narkotika Kelas II A Pamekasan. *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 7(1). <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/justitia><http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/justitia>
- Fatra, N. I., & Budiono, A. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Di Pengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 319–333. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.683>
- Firdaus, A. R. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru) [Thesis]. Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D., Pasim Sukabumi, S., & Al Fath Sukabumi, S. (2023). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 14(1), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Gazzally, A. D. U. Al, Muntahanah, S., & Masita, T. E. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 20(1). <http://mimb-unwiku.com/index.php/mimb>
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, W., Hidayanti, N., Budiman, R., Rifai, A. B., Syekh, J., Albantani, N., Curug, K., & Banten, S. (2022). Sistem Informasi E-Raport Menggunakan Expectation Confirmation Model (ECM) pada SMAN 1 Pabuaran. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (SIMIKA) P-ISSN*, 5, 2622–6901.
- Haliman, Y., & Tan, P. S. (2023). An Analysis of Theory of Planned Behavior

- (TPB) on Revisit Intention : Mediating Effect of Attitude to Visit. *International Journal of Economics Development Research*, 4(1), 248–259.
- 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. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRBM)*, 4(1).
- Imaniar, N. A., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga dan Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Wisata Kuliner Pasar Senggol Bangoan Tulungagung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 224–234. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/1235/1197>
- Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 5(1), 19–28.
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>
- Irawan, R., Dwi, & Wulandari, P., & Pati, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Physical Evidence pada Revisit Intention di Harris Resort Barelang Batam. *GARUDA Global Research on Tourism Development and Achievement*, 6(1).
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Harga terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen untuk Menggunakan GO-PAY. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3).
- Kadek, N., & Riyanti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Niat Berkunjung Kembali di Villa Rendezvous Bali. In *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi (Vol. 7, Issue 1)*.
- kememparekraf.go.id. (2022, October 23). Siaran Pers: UNWTO: Tahun 2022 Sektor Pariwisata Global Berada dalam Mode Pemulihan. <https://kememparekraf.go.id/berita/siaran-pers-unwto-tahun-2022-sektor-pariwisata-global-berada-dalam-mode-pemulihan>
- Khasanah, U. A. T., Hasti, O., Putri, S. A., Wati, A., & Usep, S. (2020). Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction, dan Wordof-Mouth terhadap Revisit Intention Konsumen Restoran Ayam Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 1.
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119. <https://doi.org/10.1108/PRR->

08-2019-0029

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laksmi Dewi Rahmayanti, P., Wayan Suartina, I., Surya Wijaya, N., Andi Wardana, M., Sumerta, K., & Nyoman Kerti Yasa, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas....., R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow. *5505 Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5514.
- Li, H., Lien, C. H., Wang, S. W., Wang, T., & Dong, W. (2021). Event and city image: the effect on revisit intention. *Tourism Review*, 76(1), 212–228. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0419>
- Liaw, M., & Hartono, A. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Ulasan Daring, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali pada Scarlett's Cafe Pantai Indah Kapuk.
- Malau, E. H., & Purba, E. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Ulang di Pantai Paristigaras. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 2(2).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Masykur, F. (2022). Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata terhadap Revisit Intention.
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Keuangan*, 4(1). www.jurnal.itsm.ac.id
- Mondri, N. (2023). Tipologi Wisatawan dalam Memilih Resort Berdasarkan Value of Stay dan Resort Attributes Criteria. https://repository.upi.edu/89412/2/S_MRL_1805546_CHAPTER%203.pdf
- Nabila, A. N. L., & Armida. (2020). Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall of Koto Gadang. *EcoGen*, 3(3).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *AGORA*, 7(2).
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djelmy, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, dengan Pandemi Covid-19 sebagai Variabel Moderator. *Djemly 101 Jurnal EMBA*, 9(2), 92–100. www.corona.help.com,

- Nugraha, R. N., & Virgiawan, F. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6).
- Nurrachmi, W. W. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali di Taman Wisata Karang Resik Kota Tasikmalaya [Thesis]. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1).
- Paramananda, P. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Destinasi, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Kembali melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Wisatawan Domestik Candi Borobudur) [Thesis, Universitas Diponegoro]. http://eprints.undip.ac.id/74850/1/07_PARAMANANDA.pdf
- Peranginangin, P., Hefri, H., & Ariyanto, S. (2023). Analisa Pengaruh Destination Image, Perceived Satisfaction, Service Quality, Price, dan Experience terhadap Revisit Intention Masyarakat Batam ke Negara Tetangga Singapura dan Malaysia. In *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 1, Issue 4).
- Prakoso, D. B., & Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Niat Berkunjung Kembali. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Pratama, A. (2021). Daya Tarik Wisata, Promosi Online, dan Transportasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(2).
- Pratama, R., & Purwanto, S. (2022). Analisis minat kunjung ulang di Café Kopi Kappie Pucang Adi Surabaya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 2022. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Pujiyati, H., & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). Antecedent Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 21. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p02>
- Purba, M. G., Suhud, U., & Aditya, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Revisit Intention Pada Turis Danau Toba (Vol. 2, Issue 3).
- Purnama, N., & Marlina, N. (2022a). Pengaruh e-WOM dan Harga terhadap Niat Berkunjung Kembali pada Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (TPTN)*, 10(1), 1626–1634. www.bromotenggersemeru.org,
- Purnama, N., & Marlina, N. (2022b). Pengaruh E-WOM dan Harga terhadap Niat Berkunjung Kembali pada Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1). www.bromotenggersemeru.org,
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>
- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023a). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Kembali di Restoran Kaizen BBQ Grill & Shabu -

- Shabu Surabaya dengan Customer Experience sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 46–54. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.46-54>
- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023b). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Kembali di Restoran Kaizen BBQ Grill & Shabu-Shabu Surabaya dengan Customer Experience sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 46–54. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.46-54>
- Putri, A. Y., Suhud, U., & Rahmi. (2023). Peran Destination Attributes dalam Meningkatkan Revisit Intention: Kasus pada Turis di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1668–1678. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1414>
- Putri, C. A. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention pada Destinasi Wisata Floating Market Lembang. Universitas Negeri Jakarta.
- Putri, C. A., Suhud, U., Agustin, D., & Sari, P. (2024). Analysis of Factors Affecting Revisit Intention at Floating Market Lembang Tourism Destination. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 4(1), 177–190. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Rahmayanti, P. L., I Wayan, S., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56.
- Ramadhani, S. A., & Setiawan, H. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang Analysis of the Influence of Tourist Attractions, and Ancillary Service on Revisiting Interest in Bukit Siguntang Tourism Objects. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(Februari). <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Rengganis, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali Wisata The Lodge Maribaya.
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 2(2).
- Rosmina, Sarkum, S., & Syahputra, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Kualitas Layanan dan Environment dengan Persepsi Harga terhadap Word of Mouth dan Revisit Intention. *JIP Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5).
- Sabrina, N., & Mudzhalifah, I. (2019). Pengaruh Jumlah Objek Wisata, Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah dengan Penerimaan Sektor Pariwisata sebagai Variabel Moderating pada Dinas Pariwisata Kota Palembang.
- Sabrina, S., Putra Buana Sakti, D., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Pengalaman Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali di Pantai Tanjung Bias. *KHIDMATUNA Journal of Research and Community Service*. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/khidmatuna>.

- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Wisatawan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 122–132. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>
- Saputra, B. A., Widarthara, A., & Fathony, B. (2022). Taman Hiburan Regional di Sawojajar Kota Malang Tema: Arsitektur Hijau. *Jurnal Arsitektur*, 6(02).
- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) (Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.2320>
- Saputro, W. E., & Indriastuty, N. (2020a). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 2086–1117. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Saputro, W. E., & Indriastuty, N. (2020b). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 2086–1117. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Sari, L. W. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Mengunjungi Kembali Objek Wisata Petik Strawberry Ciwidey. <https://dataindonesia.id/>
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Destination Satisfaction and Revisit Intention of Tourists: Does the Quality of Airport Services Matter? *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(1), 134–148. <https://doi.org/10.1177/1096348018798446>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2).
- Setiawan, I. (2019). Potensi Destinasi Wisata di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu&Call for Papers Unisbank (SENDI_U)*.
- Setiawan, R., & Kurniawan, D. A. (2019). Analisis Tourist Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata Air Panas se Kabupaten Garut. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 1(3).
- Setyawan, D. A. (2021). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas & Homogenitas Data dengan SPSS*. Poltekkes Kementerian Kesehatan RI.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102–110.
- Siregar, S. (2019). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian* (6th ed.). Raja Grafindo Persada.
- Stevany, H. D., Widiyasti, B. D., & Komala, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Revisit Intention Objek Wisata di Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 877–886. <https://journal.ikmedia.id/index.php/jishum>

- Sujood, Bano, N., & Siddiqui, S. (2022). Consumers' Intention Towards the Use of Smart Technologies in Tourism and Hospitality (T&H) Industry: a Deeper Insight Into the Integration of TAM, TPB and Trust. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0267>
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1). <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2).
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*.
- Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Peran Citra Destinasi Memediasi Pengaruh E-WOM terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1230. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p01>
- UU Nomor 10 Tahun 2009.
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis.
- Wijayanti, H., & Hidayatullah, T. (2022). 47 Tahun 2012 dalam Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan pada PT. Pembangunan Jaya Ancol, 7(2).
- Wolverton, C. C., Hirschheim, R., Black, W. C., & Bursleson, J. (2020). Outsourcing Success in The Eye of The Beholder: Examining the Impact of Expectation Confirmation Theory on IT Outsourcing. *Information and Management*, 57(6). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103236>
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/3562/2862>
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Memorable Tourism Experience dan Revisit Intention (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.
- Yulianti, H., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata

terhadap Minat Kunjung Ulang di Kota Bandung Tahun 2020. E-Proceeding of Applied Science, 6(2).

Zikra, H., & Artati, Y. W. (2024). Perkembangan Pariwisata Jakarta November 2023. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.

