

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Meshall Al-Tal, R., & Eluwole, K. K. (2017). **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>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.** *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Berezina, K., Cobanoglu, C., Miller, B. L., & Kwansa, F. A. (2012). **The Impact of Information Security Breach on Hotel Guest Perception of Service Quality, Satisfaction, Revisit Intentions and Word-of-Mouth.** *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(7), 991–1010. <https://doi.org/10.1108/09596111211258883>
- Damayanti, M. (2015). **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang pada Obyek Wisata Pemandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal.**
- de Chernatony, L., Harris, F., & Dall’Olmo Riley, F. (2000). **Added Value: Its Nature, Roles and Sustainability.** *European Journal of Marketing*, 34(1/2), 39–56. <https://doi.org/10.1108/03090560010306197>
- Devismayasari, N., & Prasetyawan, Y. Y. (2015). **Pemenuhan Kebutuhan Rekreasi Pemustaka di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga.** *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(3), 171–180.
- Diponugroho, A., & Santoso, S. B. (2015). **DAYA TARIK PRODUK**

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Parlour Café Semarang), 4(73), 1–9.

Eliriani. (2010). *Pengaruh Pola Hidup Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Anak dalam Memenuhi Kebutuhan Sekunder dan Tersier (Studi pada Siswa Kelas VIII SMP Al-Kautsar Bandar Lampung)*. Lampung.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardiyati, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Diponegoro. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/23450/1/Skripsi.pdf>

Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2007). **Destination Image and Destination Personality. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 1(1), 62–81. <https://doi.org/10.1108/17506180710729619>

Irawan, A. (2017). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Objek Wisata Teluk Kiluan)*. Lampung.

Jayanti, N. D. (2016). *Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) di Legend Premium Coffee Yogyakarta*. Negeri Yogyakarta.

Kotler, P., Berger, R., & Bickhoff, N. (2016). *The Quintessence of Strategic Management*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-48490-6>

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2006). *Marketing for hospitality and tourism. Current Issues in Tourism*.
<https://doi.org/10.1108/09670730610690358>
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2 (Revisi 2)*. Depok: Raja Grafindo Persada, PT.
- Noviansyah, A. (2018). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Willingness to Pay dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Diponegoro.
- Nuraeni, B. S. (2014). **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang**. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/viewFile/14113/10711>
- Nurlestari, A. Fitri. (2016). **Pengaruh Daya Tarik terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor**. *Jurnal Pariwisata*, (2), 1–9.
- Pendit, N. S. (1986). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita.
- Pizam, A., Shapoval, V., & Ellis, T. (2016). **Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises: a Revisit and Update**. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 2–35. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2015-0167>
- Pradesta, R., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2017). **Pengaruh Kualitas Produk,**

Inovasi Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Produk Smartphone Asus Di Kelurahan Susukan, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang).

Purwanti, Sholikhin, A., & Purwanggono, G. D. (2017). **Pengembangan Potensi Wisata untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Curug Sewu Kabupaten Kendal, 1–15.**

Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2012). **Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur).** *Ilmu Administrasi Bisnis*, 11.

Rauter, R., Globocnik, D., Perl-Vorbach, E., & Baumgartner, R. J. (2018). **Open Innovation and Its Effects on Economic and Sustainability Innovation Performance.** *Journal of Innovation & Knowledge*, 78, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.004>

Robbins, S., & Coulter, M. (2011). *Management*.

Saragih, R. M. T., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2015). **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan (Survei pada Wisatawan Taman Rekreasi Selecta Batu).** *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(2), 1–4.

Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). **Motivasi dan Persepsi Wisatawan tentang Daya Tarik Destinasi terhadap Minat Kunjung Kembali di Kota Wisata Batu.** *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126–136.

- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2011). *Marketing: real people, real choices*.
- Sopyan. (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)*. Diponegoro.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA, CV.
- Supranto, J. (2008). *Statistik Teori dan Aplikasi*. (D. Barnadi & W. Hardani, Eds.) (7th ed.). Jakarta: Erlangga. Retrieved from <http://www.erlangga.co.id>
- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., & Fyall, A. (2015). **Destination Service Quality, Affective Image and Revisit Intention: The Moderating Role of Past Experience**. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4), 222–234. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.08.002>
- Uliana, D. (2012). **Pengaruh Inovasi Produk terhadap Purchase Intention (Studi pada Starbuks Via)**, 141.
- Utomo, D. A. (2017). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli pada Benih Lestari*. Mercu Buana.
- Widiyanto, I. (2015). **Anteseden Minat Berkunjung Ulang (Studi pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang)**. *Journal of Management*, 4, 1–9.
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). **Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat**

Berkunjung. *Pariwisata, III, No.2(2)*, 129-137 ISSN: 2355-6587.

YasnimarIlyas. (2018). **Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Teknologi E-commerce terhadap Keputusan untuk Menggunakan Layanan Go-jek di Wilayah Kecamatan Cibinong.** *Economicus*, 9(1), 40–50.

Yuliana, E., Setianingrum, A., & Abimanyu, A. (2017). **Analisis Pola Hubungan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pendukung terhadap Word of Mouth.** *Profisiensi*, 5(1), 13–21.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). **The Behavioral Consequences of Service Quality.** *Source Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.5231/psy.writ.2013.2206>