

## DAFTAR REFERENSI

- Aciakatura, C. (2020). Analisis Pengembangan Minat Dan Bakat Siswa Pada Siswa Sekolah Dasar. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(2), 89–94. <https://cerdika.publikasiindonesia.id/index.php/cerdika/article/view/22>
- Adnan, Rusydi Abubakar (2021) Manajemen Pemasaran
- Agus Tribasuki. (2021). *Analisis Regresi Linear Untuk Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Alifia, F. T. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Online Store Sociolla. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 909–917. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1331>
- Alika, L. A. (2023). Pengaruh Emotional Branding Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Brand Skincare Avoskin (Studi Kasus Generasi Z Di Kec. Lowokwaru, Kota Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 14(1), 105–112. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitriatloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 9(1), 89-101.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Studi Pariwisata*, 8(2), 112-124.
- Annisa, D. (2023). Pengertian Data Primer Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 15(2), 123–134.
- Arfani, D. (2020). Pengaruh Persepsi Daya Tarik Objek Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 7(1), 55–70.
- Arifudin, M. N. (2023). Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Pada Desa Wisata Kemawi Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (16th ed.)*. Rineka Cipta.
- Ariyanti, N. (2020). *Hubungan Antara Presepsi Terhadap Harga Dan Kualitas Produk Dengan Minat Membeli Produk Fashion Onlineshop Pada Mahasiswa (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.

- Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang: Studi Kasus Wisata Green Hill Sirampog.
- Baharuddin. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa STIEM Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 5(1), 33–40.
- Bellinda, S. (2022). Persepsi Citra Lingkungan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Destinasi Lokal. *Jurnal Ilmu Pariwisata Indonesia*, 8(1), 23–35. <https://doi.org/10.3/jipi.v8i1.8173>
- Bustomi (2023). Pemasaran Berdasarkan Pengalaman, Citra Merek, Dan Loyalitas Merek. *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1336. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12637>
- Chen, H., Liu, Y., & Gao, J. (2021). Destination image and tourist loyalty: Examining the mediating role of satisfaction and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100543. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100543>
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park I Batu. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 145–160.
- Crompton, J. L. (2020). Quality, Satisfaction And Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)
- Damayanti, C. (2024). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Literasi Martha Christina Tiahahu. *Pariwisata*, 11(1), 40. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Dean, M. (2019). Pengaruh Pengalaman Wisata Terhadap Persepsi Positif Dan Minat Kunjung Kembali. *Journal of Tourism and Hospitality*, 12(3), 250–265.
- Dewi, A. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Rekreasi Di Destinasi Wisata Alam*. Yogyakarta: Penerbit Wisata Nusantara.
- Dewi, S., & Sudaryanto, T. (2020). Peran Kuesioner Dalam Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Ilmiah Penelitian Sosial*, 12(3), 85–97.
- Dini, F. K. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Motadikin, Kabupaten Malaka. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 1069. <https://doi.org/10>
- Elliyana, E. (2020). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Ahlimedia Press.

- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia. *BENEFIT: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.31080/BENEFIT.v2i1.375>
- Fathurrahman, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Destinasi Wisata. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 14(2), 145–160.
- Firmansyah, S. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi Statistik*, 8(3), 75–85.
- Ghozali, I. (2021). *Analisis Regresi Multivariat Dengan SPSS (10th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, E. A. (2022). *Persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata Bendungan Batutegi Kabupaten Tanggamus Lampung (Skripsi, Universitas Lampung)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis (8th Ed.)*. Pearson Education.
- Handayani, R. (2020). *Strategi pengelolaan citra destinasi dalam pemasaran pariwisata*. Surabaya: Penerbit Pariwisata Nusantara.
- Hardani, A. (2020). Teknik Non-Probability Sampling Dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Metodologi Sosial*, 9(1), 50–63.
- Harijanto, F. R. (2024). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Welabajo Hotel Labuan Bajo. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(2), 91–105.
- Haryanto, A. (2020). *Citra Destinasi Dan Daya Saing Pariwisata Daerah: Analisis Promosi Dan Kualitas Layanan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Herizal, Rasanjani, S., & Mukhrijal. (2021). Kebijakan Kepariwisata Di Provinsi Aceh: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Public Policy*, 7(1), [halaman jika tersedia]. <https://doi.org/10.35308/jpp.v7i1.3341>
- Hermawati, A. (2023). Pemasaran Pariwisata Berbasis Pengalaman: Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Pendekatan Emosional Dan Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 45–56. <https://doi.org/10.35308/jpp.v7i1.3341>
- Hikmah, M. (2021). *Pengaruh Self-Esteem Dan Self-Control Terhadap Personal Financial Behavior Serta Dampaknya Terhadap Compulsive Buying (Studi Pada Generasi Milenial Di Surabaya, Jawa Timur)* (Tesis, Universitas Brawijaya).
- Hutagalung, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Perilaku Konsumen, Dan Manajemen Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 3(1)

- Hutajulu, M., Tawas, H., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Makanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Ayam Geprek Bensu Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 2109–2120.
- Iftikar, M. Z., & Puspaningrum, A. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap *Revisit Intention*. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen (JMPPK)*, 3(1)
- Islamiyaha, A. R. (2024). Kualitas Layanan Dan Experiential Marketing: Implikasi Terhadap Minat Kunjung Ulang. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(2). ISSN 2774-5570.
- Josua, P., Utama, R., & Suryanto, D. (2024). Populasi Dalam Penelitian Kuantitatif: Konsep Dan Aplikasi. *Jurnal Penelitian Metodologi*, 12(1), 45–59.
- Kim, J., Ritchie, B. W., & McCormick, B. (2023). The role of online reviews in building trust and revisit intention: A tourism perspective. *Tourism Management*, 95, 104683. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104683>
- Kotler, P. (2021). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, R. (2022). Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas Wisata: Studi Kasus Pada Destinasi Rekreasi Alam. *Jurnal Pariwisata dan Rekreasi*, 10(2), 134–145. <https://doi.org/10.xxxx/jpr.v10i2.xxxx>
- Kurniawati, R. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Indonesia Berkunjung Ke Wisata Halal Luar Negeri* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kwangsawad, A., Nusawat, P., & Jattamart, A. (2025). Immersive storytelling content and innovation resistance in agritourism marketing context: Impact on traveler post-experience behavior. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(3), 165.
- Lin, M. (2024). Understanding The Influencing Factors Of Tourists' Revisit Intention In Traditional Villages. *Heliyon*, 10, e35029. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35029>
- Mardiana, M., Mariyudi, M., & Rusydi, R. (2021). PENGARUH FAKTOR PENENTU MINAT DAN KEPUTUSAN SISWA DALAM MEMILIH SEKOLAH DI SMK NEGERI 1 PEUREULAK. *J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 80-97.
- Millah, Ana Inayatul, Hari Mulyadi, and Oce Ridwanudin. "Pengaruh Outdoor Recreation Motivation Terhadap Revisit Intention Melalui Perceived Risk." *Tourism Scientific Journal* 9.2 (2024): 127-140.

- Mukhlis. (2023). Peranan Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Tahu Di Kelurahan Penatoi Kota Bima. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1). <http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/index>
- Mulyana, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience: Studi Kasus Pengunjung Pantai Pangandaran. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 10(4), 300–315.
- Murtini, I. (2020). Aspek Kenyamanan Berwisata Dan Perannya Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Kembali Di Lokasi Atraksi Wisata. *Jurnal Pariwisata dan Pengembangan Destinasi*, 8(2), 101–115.
- Nabila, S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Rekreasi Di Objek Wisata Alam*. Jakarta: Pustaka Rekreasi Nusantara.
- Nardo, R. (2023). *Branding Strategy Di Era Digital*. CV. Eureka Media Aksara.
- Nastabiq, M. (2021). Pengaruh Persepsi Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Destinasi Wisata Alam. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 45–60.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pengembangan Destinasi Wisata*, 7(4), 33-47.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73-78.
- Nurrahmi, A. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di Industri Pariwisata.
- Nurul (2021). *Isu kontemporer perkembangan anak, remaja, dan dewasa*. Penerbit Bimedia Pustaka Utama
- Nuryani, I. (2020). Kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitian sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 11(1), 52–64.
- Phamci, R. (2020). *Persepsi wisatawan terhadap pelestarian lingkungan dalam pengembangan ekowisata*. Bandung: CV Citra Pariwisata Nusantara.
- Pitana, I. G. & Diarta, I. K. S. (2020). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: ANDI.
- Polas, M. R. H., Raju, V., Hossen, S. M., Karim, A. M., & Tabash, M. I (2022). Costumer's Revisit Intention: Emprical Evidience On Gen-Z From Bangladesh Towards Halal Restaurants. *Journal Of Public Affarais*

- Pramudya, R. (2024). Environmental image perception dan pengaruhnya terhadap minat kunjung ulang di wisata alam. *Jurnal Ekowisata*, 11(1), 20–35.
- Prastiyo, E., Sulistyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Wisata Air Terjun Krecek Denu. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 12(3), 45-58.
- Purba, B. (2024). *Ekonomi pariwisata: Konsep dan aplikasi* (M. J. F. Sirait, Ed.). Yayasan Kita Menulis. ISBN 978-623-113-425-7.
- Purnamasari, D. (2020). *Pengaruh motivasi, biaya pendidikan, masa studi, prospek kerja dan latar belakang pendidikan terhadap minat mahasiswa dalam mengambil jurusan SI Akuntansi di STIE Pembangunan Tanjungpinang* (Skripsi tidak diterbitkan). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
- Putri, Kartika Candra, Rusminah Rusminah, and Lalu M. Furkan. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG KONSUMEN MCDONALDâ€™™ S SRIWIJAYA." *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 2.1 (2020): 100-123.
- Putri, R. A. (2020). *Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi persepsi lingkungan dalam pariwisata berkelanjutan*. Jakarta: Lembaga Kajian Pariwisata Indonesia.
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*. Vol. 12(2), 227–232.
- Rahmila, A., & Halim, A. (2024). Keberadaan sarana prasarana dan pelayanan terhadap aktivitas wisata untuk memuaskan pengunjung. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(1), 45–60.
- Rampengan, L. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dalam Pengembangan Destinasi Wisata.
- Retnowati, N. (2022). *Persepsi pengunjung terhadap kualitas rekreasi di objek wisata alam*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Revida, E., (2021). *Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi Dan Dampak Kunjungan Wisata* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Riadi, Didi, Lalu Adi Permadi, and Weni Retnowati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan." *Jurnal Riset Pemasaran* 2.2 (2023): 38-49.

- Rizan, M., & Rina, B. (2022). Pengaruh Perceived Value dan Promosi terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business, Management, and Finance*, 3(1), 45–58.
- Rosi, F. (2024). Peran Citra Destinasi Dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82.
- Rosyadi, S., & Indiahono, D. (Eds.). (2023). *Administrasi Publik New Normal*. SIP Publishing. ISBN 978-623-6793-29-9 (print), ISBN 978-623-6793-40-4 (elektronik).
- Safitri, D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi revisit intention (minat kunjung) wisatawan pada objek air terjun Bah Biak Kec. Sidamanik, Kab. Simalungun. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 5(1), 25-38.
- Said, A., & et al. (2023). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metode Penelitian*, 14(3), 112–120.
- Sappawali, A. E. (2023). Manajemen daya tarik wisata dan kepuasan kunjungan. Chakti Pustaka Indonesia.
- Sardana, I. Komang Andre Kusuma, and Gede Bayu Rahanatha. "Pengaruh Citra Destinasi, Perceived Value dan Experiential Marketing Terhadap Minat Berkunjung Kembali:(Studi pada Pelanggan Domestik Bali Dive Resort and SPA Tulamben)." *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata* 20.3 (2024): 339-356.
- Sari, R. P., & Astuti, M. N. (2020). Citra destinasi dan pengaruhnya terhadap minat kunjung ulang wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, 8(1), 22–34.
- Setiawan (2021). *Ensiklopedia desa wisata & wisata alam Indonesia*. Nuha Medika. Anggota IKAPI: No. 156/DIY/2021.
- Simanjuntak, M.. (2023). *Selfie-marketing: Sebuah epistemologi branding*. Yayasan Kita Menulis.
- Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran Fasilitas Dan Harga Untuk Mendorong Minat Berkunjung Dalam Situasi Covid 19 (Studi Pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar). *In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 431-438).
- Soehaditama, R. (2024). Ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif: Pengaruhnya terhadap representasi dan generalisasi temuan. *Jurnal Penelitian dan Statistik*, 14(2), 99–110.
- Soliha, P. M. (2024). *Pengaruh daya tarik wisata, customer experience, dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Curug*

*Song Kalisalak Kabupaten Banyumas* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2020). Kepuasan wisatawan dan persepsi positif terhadap industri pariwisata. *Tourism Management*, 16(2), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.103192>
- Suliatiana, E. (2024). *Analisis persepsi wisatawan terhadap citra lingkungan destinasi wisata kota*. Bandung: Penerbit Mitra Pariwisata.
- Sulistiyfani, R. (2021). Hubungan citra destinasi dan minat kunjung ulang di destinasi wisata. *Jurnal Destinasi Wisata*, 9(3), 230–245.
- Syahputra, A. (2020). Persepsi masyarakat terhadap kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). *At-Tanzir: Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(1), 1–20.
- Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Nasution, M. N. A. (2023). Pengaruh motivasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan mancanegara: Perspektif faktor penarik (Studi destinasi wisata religi Masjid di Kota Batam). *Jurnal Manner*, 2(1), 54
- Tamahela, F., & Nugroho, D. A. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung dan Pengalaman Pengunjung terhadap Keputusan Berkunjung Ulang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2), 664–683.
- Tastri, A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pengunjung pada Destinasi Wisata.
- Vajarini, N. (2020). Persepsi, minat, pengetahuan tentang pajak, dan pemahaman TRIKON terhadap pilihan berkarir di bidang perpajakan. *Litera: Jurnal Literasi Akuntansi*, 40, 1
- Vannia, D. P. (2022). *Studi tentang persepsi wisatawan terhadap dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Vannia, R. (2022). The Role of Environmental Image Perception in Shaping Tourist Experience. *Jurnal Perception and Tourism*, 5(1), 21-34.
- Wahyu, M., Dewi, S., & Sudaryanto, T. (2021). Penggunaan kuesioner dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*, 16(2), 110–122.
- Wulandari, D. (2020). Loyalitas wisatawan dan kekuatan citra destinasi: Studi pada destinasi wisata domestik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 45–53.



- Yakup, A. P. (2024). *Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia* (Tesis Magister, Universitas Airlangga). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
- Yandi, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, Vol. 1, No. 1, January 2023 , 16
- Yesayabela, T. M., Satyas, F. R., Musleh, M., & Rianto, B. (2023). Kolaborasi model pentahelix dalam pengembangan desa wisata Pandean Kecamatan Gondang Kabupaten Trenggalek. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 9(3). <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi>