

DAFTAR REFERENSI

- Alam, (2012) Customer Loyalty: Antecedents, Approaches and Influences of Culture and Religion, *ournal of Islamic Management Studies*, Volume 2, Nomor 1, halaman 62-78,
- Alexandris, K., Kouthouris, C, and Meligdis, A, (2006), *Enhancing customer loyalty in ski resorts: the contribution of place attachment and service quality*, Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan Kontemporer , Vol, 18 No,5, hal,414-25,
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K, (2016), Pengaruh pengalaman terhadap memori, kepuasan, dan niat berperilaku: Sebuah studi tentang pariwisata kreatif, Jurnal Pemasaran Perjalanan & Pariwisata, 33(1), 85–100,
- Allameh, SM, Khazaei Pool, J., Jaberi, A., Salehzadeh, R, dan Asadi, H, (2015), *Factors influencing revisit intention of sportsTourist s: the role and influence of destination image, perceived valuequality, perceived value and satisfaction*, Jurnal Pemasaran dan Logistik Asia Pasifik, Vol, 27 No,2, hal,191-207,
- Amadeus, B., Subali, S, B, W., & Kusumawardhany, P, A, (2023), The Effect of *Destination Image, Tourist Satisfaction, Perceived value*, and Perceived Service Quality towards *Tourist Loyalty* at Bali's Seminyak Beach,
- Anderson, EW dan Sullivan, MW (1993), *Antecedents and consequences of customer satisfaction for companies*, Ilmu Pemasaran, Vol, 12 No,2, hal,125-143,
- Assaker, G, dan Hallak, R, (2013), *The moderating effects ofTourist s' novelty-seeking tendencies on destination image, visitor satisfaction, and short- and long-term revisit intention*, Journal of Travel Research, Vol, 52 No,5, hal,600-13,
- Athiyaman, A, (2004), *Antecedents and Consequences of Student Satisfaction with University Services: A Longitudinal Analysis*, Jurnal Akademi Studi Pemasaran, Vol, 8 No,1, hal,89-105,
- Atilgan, E., Akinci, S., dan Aksoy, S, (2003), “Pemetaan kualitas layanan dalam industri pariwisata”, *Mengelola Kualitas Layanan*, Jil, 13 No,5, hal,412–422,

- Azman, Z., Maulana, M, A., dan Saleh, R (2019), Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh)
- Backman, SJ dan Crompton, JL (1991), “Kegunaan variabel yang dipilih untuk memprediksi aktivitas kesetiaan”, *Ilmu Kenyamanan*, Vol, 13 No,3, hal,205-220,
- Baker, DA, dan Crompton, JL (2000), *Quality, satisfaction and behavioral intention*, *Annals of Tourism Research*, Jil, 27 No,3, hal,785–804,
- Baloglu, S, dan McCleary, KW (1999), *Destination image formation model*, *Annals of Tourism Research*, Vol, 26 No,4, hal,868-97,
- Barsky, JD (1992), *Tourist Satisfaction in the hospitality industry: meaning and measurement*, *Jurnal Penelitian Perhotelan*, Vol, 16 No,1, hal,51-73,
- Beerli, A., & Martín, J, D, (2004), *Tourists’ characteristics and the perceived value image of Tourist destinations: A quantitative analysis—A case study of Lanzarote, Spain*, ***Tourism Management*, 25(5), 623–636**,
- Beerli, A., & Martín, JD (2004), Faktor-faktor yang mempengaruhi citra destinasi, *Sejarah dari Penelitian Pariwisata*, 31(3), 657-681,
- Bhat, S, A., & Darzi, M, A, (2018), Antecedents of *Tourist Loyalty to Tourist destinations: a mediated-moderation study*, *International Journal of Tourist Cities*, 4(2), 261-278,
- Bitner, MJ (1990), *Evaluating Service Encounters: The Influence of the Physical Environment and Employee Responses*, *Jurnal Pemasaran*, Jil, 54, hal,69-82,
- Boo, S., Busser, J., & Baloglu, S, (2009), Customer-based brand equity model and its application across destinations, *Manajemen Pariwisata*, 30, 219–231,
- Bosque, IAR, San Martín, H, dan Collado, J, (2006), *The role of expectations in the process of consumer satisfaction formation: empirical evidence in the travel agency sector*, *Manajemen Pariwisata*, Vol, 27 No,3, hal,410-419,
- Bowen, J, M., & Shoemaker, S, (2003), *Loyalty: A Strategic Commitment*, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*,
- Caruana, A., Money, AH dan Berthon, PR (2000), “Kualitas dan kepuasan layanan – peran moderasi nilai”, *Jurnal Pemasaran Eropa*, Jil, 34 No,11/12, hal,1338-1353,

- Chang, L.-l, (2013), “Faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan kreatif: peran motivasi, pengalaman, dan persepsi nilai”, disertasi PhD, Clemson University South Carolina,
- Chen, C.-F, dan Tsai, D, (2007), “Bagaimana citra destinasi dan faktor evaluatif mempengaruhi perilaku niat?”, *Manajemen Pariwisata*, Vol, 28 No,4, hal,1115-1122,
- Chen, CF (2010), “Kualitas pengalaman, persepsi nilai, kepuasan dan niat perilaku bagi wisatawan warisan budaya”, *Manajemen Pariwisata*, Jil, 31 No,1, hal,29-35,
- Chi dan Qu (2008) *Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach*
- Chi, GQ dan Qu, H, (2008), “Meneliti hubungan struktural citra destinasi, *Tourist Satisfaction* dan loyalitas destinasi: pendekatan terpadu”, *Manajemen Pariwisata*, Vol, 29 No,4, hal,624-636,
- Chiu, W., Zeng, S., Cheng, P (2016), "Pengaruh citra destinasi dan *Tourist Satisfaction* terhadap *Tourist Loyalty*: studi kasus wisatawan Tiongkok di Korea", *Jurnal Internasional Penelitian Kebudayaan, Pariwisata dan Perhotelan*, Vol, 10 Edisi 2 hal,-
- Chon, KS (1990), “Peran citra destinasi dalam pariwisata: tinjauan dan diskusi”, *TheTourist Ulasan*, Jil, 45 No,2, hal,2-9,
- Clemes, DM, Gan, C., dan Ren, M, (2011), “Mensintesis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, dan *Tourist Satisfaction* terhadap Niat Perilaku di Industri Motel: Analisis Empiris”, *Jurnal Penelitian Perhotelan & Pariwisata* , Jil, 35 No,4, hal,530-568,
- Coelh, S dan Henseler, J (2012), *Creating Customer Loyalty through Service Customization*, *uropean Journal of Marketing*, Volume 46, Nomor 3/4, halaman 331–356,
- Coshall, JT (2000), “Pengukuran citra wisatawan: pendekatan repertory grid”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 39 No,1, hal,85-89,
- Crompton, JL (1979), “Penilaian citra Meksiko sebagai tujuan liburan dan pengaruh lokasi geografis terhadap citra tersebut”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 17 No,4, hal,18-23,

- Cronin, JJ, Brady, MK, dan Hult, GTM (2000), “Menilai pengaruh kualitas, nilai dan *Tourist Satisfaction* terhadap niat perilaku konsumen di lingkungan layanan”, *Journal of Retailing*, Jil, 76 No,2, hal,193-218,
- Dichter, E, (1985), “Apa yang ada dalam sebuah gambar”, *Jurnal Pemasaran Konsumen*, Vol, 2 No,1, hal,75-81,
- Dick, AS dan Basu, K, (1994), “Loyalitas pelanggan: menuju kerangka konseptual terintegrasi”, *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran*, Vol, 22 No,2, hal,99-113,
- Dodds, R., & Jolliffe, L, (2016), *Wisata eksperiensial: Menciptakan dan memasarkan pengalaman daya tarik wisata*, Dalam M, Sotiriadis & D, Gursoy (Eds.), *Buku Pegangan Pengelolaan dan Pemasaran Pengalaman Wisata* (hlm, 113–129), Bingley: EmeraldInsight,
- Echtner dan Ritchie (1991) *The Meaning and Measurement of Destination Image*, *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12,
- Fatimah,S dan Sugianto (2024), *The Influence of Religion, Service Quality, Destination Image, and Halal Tourism on the Interest of Muslim Tourist s*
- Fornell, C, (1992), “Barometer *Tourist Satisfaction* nasional, Pengalaman Swedia”, *Jurnal Pemasaran*, Vol, 56 No,1, hal,6-21,
- Fornell, C., & Larcker, D, F, (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50,
- Ghozali, I, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro,
- Ghozali, I, (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8), Cetakan Ke VIII, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,
- Ghozali, I, (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,
- Guntoro, B, dan Hui, TK (2013), “Kepuasan Perjalanan dan Niat Mengunjungi Kembali Pengunjung Tiongkok: Kasus Singapura”, dalam Joseph S, Chen (ed,) *Kemajuan dalam Perhotelan dan Kenyamanan* (Kemajuan dalam Perhotelan dan Kenyamanan, Volume 9), Emerald Group Publishing

- Limited, hal,29-47,
- Hair, J, F, (2019), *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.), , England: Cengage Learning,
- Hasan, M, K,, Abdullah, S, K,, Lew, T, Y,, & Islam, M, F, (2020), Determining factors of *Tourist s' loyalty to beach tourism destinations: a structural model*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(1), 169-187,
- Henseler, J,, Ringle, C, M,, & Sarstedt, M, (2015), A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling, *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135,
- Heskett, JL, Sasser, WE dan Schlesinger, LA (1997), Rantai keuntungan jasa, Bagaimana perusahaan terkemuka menghubungkan keuntungan dan pertumbuhan dengan loyalitas, kepuasan, dan nilai, New York: Pers Bebas,
- Heung, V, dan Cheng, E, (2000), “Menilai *Tourist Satisfaction* dalam berbelanja di wilayah administratif khusus Hong Kong di Tiongkok”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Jil, 38, No,2, hlm,396–404,
- Holbrook, MB (1999), Pengantar nilai pelanggan, Dalam MB Holbrook (Ed,) , Nilai konsumen: Kerangka analisis dan penelitian (hlm, 1–29), New York: Routledge,
- Hosany, S,, & Gilbert, D, (2010), *MeasuringTourist s' emotional experiences toward hedonic holiday destinations*, *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526,v
- Hsu, C,, Killion, L,, Brown, G,, Gross, M, dan Huang, S, (2008), *Pemasaran Pariwisata: Asia-Pasifik Perspektif*, John Wiley and Sons Australia Ltd, Milton,
- Hunt (1983),Konseptualisasi dan pengukuran kepuasan konsumen dan ketidakpuasan,Cambridge, MA: Institut Ilmu Pemasaran,
- Jang, S, dan Feng, R, (2007), “Niat mengunjungi kembali destinasi sementara: efek pencarian kebaruan dan kepuasan”, *Manajemen Pariwisata*, Vol, 28 No,2, hal,580-90,
- Jeong, Y, Kim, S, (2019), A study of event quality, *Destination Image*, *Perceived value*, *Tourist Satisfaction*, and destination loyalty among sport*Tourist s*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940-960,

- Jin, N., Lee, H, dan Lee, S, (2013), “Kualitas acara, persepsi nilai, citra tujuan, dan niat perilaku acara olahraga: Kasus Kejuaraan Dunia IAAF, Daegu, 2011”, Asia Pasifik Jurnal Penelitian Pariwisata, Vol, 18 No,8, hal,849-864,
- Jones dan Lockwood (2004), *The Management of Hotel Operations*
- Keshavarz, Y dan Jamshidi, D, (2018), Service quality evaluation and the mediating role of *Perceived value* and customer satisfaction in customer loyalty
- Kim, H, dan Richardson, SL (2003), “Film berdampak pada citra destinasi”, *Annals of Tourism Research*, Vol, 30 No,1, hal,216-237
- Kim, J,-H, (2017), “Dampak pengalaman wisata yang berkesan terhadap perilaku loyalitas: efek mediasi citra destinasi dan kepuasan”, *Journal of Travel Research*, hal,1-15,
- Kim, S,-H,, Holland, S, dan Han, HS (2013), “Model struktural untuk menguji bagaimana citra destinasi, persepsi nilai, dan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas destinasi: studi kasus Orlando”, *International Journal of Penelitian Pariwisata*, Vol, 15 No,4, hal,313-328,
- Kim, TH, Ko, YJ dan Park, CM (2013), “Pengaruh kualitas acara terhadap niat berkunjung kembali: Perbedaan gender dan strategi segmentasi”, *Mengelola Kualitas Layanan*, Jil, 23 No,3, hal,205 – 224,
- Kozak, M, (2001), “Perilaku pengulang di dua destinasi berbeda”, *Annals of Tourism Research*, Vol, 28 No,3, hal,784-807,
- Kozak, M, dan Andreu, L, (2006), *Kemajuan Pemasaran Pariwisata*, Elsevier, Amsterdam,
- Kozak, M, dan Rimmington, M, (2000), “*Tourist Satisfaction* dengan Mallorca, Spanyol, sebagai tujuan liburan musim”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 38 No,1, hal,260-9,
- Kozak, M, dan Rimmington, M, (2000), “*Tourist Satisfaction* terhadap Mallorca, Spanyol, sebagai tujuan liburan di luar musim”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Jil, 38 No,1, hal,260–269,
- LaBarbera, PA dan Mazursky, D, (1983), “Penilaian longitudinal terhadap kepuasan/ketidakpuasan konsumen: aspek dinamis dari proses kognitif”, *Jurnal Riset Pemasaran*, Vol, 20 No,4, hal,393-404,
- Lai, WT dan Chen, CF (2011), “Niat perilaku penumpang angkutan umum-Peran

- kualitas layanan, persepsi nilai, kepuasan dan keterlibatan”, Kebijakan Transportasi , Jil, 18 No,2, hal,318-325,
- Lashley dan Morrison (2000), *In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates*,
- Lau, AL dan McKercher, B, (2004), “Eksplorasi versus akuisisi: perbandingan pengunjung pertama kali dan pengunjung berulang”, *Journal of Travel Research*, Vol, 42 No,3, hal,279-285
- Lawson, F, dan Baud-Bovy, M, (1977), *Pengembangan Pariwisata dan Rekreasi*, Architectural Press, London,
- Li, M,, Cai, LA, Lehto, XY, & Huang, J, (2010), Sebuah mata rantai yang hilang dalam pemahaman niat mengunjungi kembali—Peran motivasi dan citra,*Jurnal Pemasaran Perjalanan & Pariwisata*, 27(4), 335-348,
- Loureiro, SMC, & González, FJM (2008), Pentingnya kualitas, kepuasan, kepercayaan, dan citra dalam kaitannya dengan *Tourist Loyalty* pedesaan, *Jurnal Pemasaran Perjalanan & Pariwisata*, 25(2), 117-13
- Lovelock, CH (2000), *Pemasaran jasa*, edisi ke-4, Prentice Hall International, NJ,
- Lu, C, S,, Weng, H, K,, Chen, S, Y,, Chiu, C, W,, Ma, H, Y,, Mak, K, W,, & Yeung, T, C, (2020), How do port aesthetics affect *Destination Image*, *Tourist Satisfaction*, and *Tourist Loyalty*? *Maritime Business Review*, 5(2), 211-228,
- Marinkovic, V,, Senic, V,, Ivkov, D,, Dimitrovski, D, dan Bjelic, M, (2014), “Anteseden kepuasan dan niat mengunjungi kembali restoran dengan layanan lengkap”, *Intelijen & Perencanaan Pemasaran* , Jil, 32 No,3, hal,311 – 327,
- Martín et al, (2017) *Tourism Marketing: Measuring Tourist Satisfaction*
- Martín-Santana, JD, Beerli-Palacio, A, dan Nazzareno, P, (2017), “Anteseden dan konsekuensi kesenjangan citra destinasi”, *Annals of Tourism Research*, Vol, 62, hal,13-25,
- Martin-Santana, JD, Beerli-Palacio, A, dan Nazzareno, PA (2017), “Anteseden dan konsekuensi kesenjangan citra destinasi”, *Annals of Tourism Research*, Vol, 62 No,1, hal,13-25,
- Moon, K,-S,, Ko, YJ, Connaughton, DP dan Lee, J,-H, (2013), “Peran mediasi

- citra destinasi dalam hubungan antara kualitas acara, persepsi nilai, dan niat berperilaku”, *Jurnal Olahraga & Pariwisata*, Vol, 18 No,1, hal,49-66,
- Nurainun, N. (2025). *Efektivitas Promosi Moneter dan Non-Moneter terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Framing dan Persepsi Nilai*. Star Digital Publishing.
- Oh, H, (2000), “Persepsi Pengunjung tentang Kualitas, Nilai, dan Kepuasan,” *Triwulanan Administrasi Hotel dan Restoran Cornell* , Jil, 41 No,3, hal,58-66,
- Oliver, RL (1980), “Model kognitif dari anteseden dan konsekuensi keputusan kepuasan”, *Jurnal Riset Pemasaran*, Vol, 17 No,4, hal,460-469,
- Oliver, RL (1997), *Kepuasan: Perspektif perilaku konsumen*, McGraw-Hill, New York,
- Oliver, RL (1999), “Dari mana loyalitas konsumen?”, *Jurnal Pemasaran*, Vol, 63, Khusus, hal,33-44,
- Oppermann, M, (2000), “Loyalitas tujuan pariwisata”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 39 No,1, hal,78-84,
- Oppermann, M, (2000), “Loyalitas tujuan pariwisata”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 39 No,1, hal,78-84,
- Otto, JE dan Ritchie, JR (2000), *Pengalaman pelayanan di bidang pariwisata*, Dalam C, Ryan, & S, Page (Eds.), *Manajemen pariwisata: Menuju milenium baru*, Oxford: Elsevier Sains Ltd,
- Petrack, JF, Morais, D, dan Norman, W, (2001), “Pemeriksaan terhadap determinan hiburanniat wisatawan untuk berkunjung kembali”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Vol, 40 No,1, hal,41-48,
- Petrack, JF, Morais, DD dan Norman, WC (2001), “Pemeriksaan faktor penentu niat wisatawan hiburan untuk berkunjung kembali”, *Jurnal Penelitian Perjalanan*, Jil, 40, hal,41-8,
- Pike, S, (2004), *Organisasi Pemasaran Destinasi*, Elsevier, Oxfor
- Pike, S, dan Ryan, C, (2004), “Analisis penentuan posisi tujuan melalui perbandingan persepsi kognitif, afektif dan konatif”, *Journal of Travel Research*, Vol, 42 No,4, hal,333-42,
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G, (2017), *Understanding the*

- relationships between *Tourist s'* emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend, *Journal of travel research*, 56(1), 41-54,
- Quintal, VA dan Polczynski, A, (2010), "Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan", *Jurnal Pemasaran dan Logistik Asia Pasifik*, Jil, 22 No,4, hal,554-578,
- Rehman et al, (2023) "*Perceived value and Its Relationship to Satisfaction and Loyalty in Coastal Tourist*
- Rust, RT dan Oliver, RL (1994), "Kualitas layanan: wawasan dan implikasi manajerial dari perbatasan", dalam Rust, RT dan Oliver, RL (Eds), *Kualitas Layanan: Arah baru dalam Teori dan Praktek*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA,
- Ryan, C, (1995), *Meneliti Tourist Satisfaction: Isu, konsep, permasalahan*, Baru York: Routledge,
- Salhuteru, F,, Mairuhu, D,, Saptanno, S,, PN, N,, & Utami, D, (2021, November), *The Influence of Perceived value on Destination Image* (Survey at Bair Island *Tourist Destination*), In *Journal of International Conference Proceedings (JICP) Vol* (Vol, 4, No, 2, pp, 34-40),
- Sanchez, J,, Callarisa, L,, Rodriguez, RM dan Moliner, MA (2006), "Persepsi nilai dari pembelian produk pariwisata", *Manajemen Pariwisata*, Vol, 27 No,3, hal,394-409,
- Sekaran, U,, and Bougie, R, (2010), *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*, (5th Edition ed,), John wiley and Sons, West Sussex,
- Sekaran, U,, and Bougie, R, (2019), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*" edisi ke-8,
- Shoemaker, S, dan Lewis, RC (1999), "Loyalitas pelanggan: masa depan pemasaran perhotelan", *Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan*, Vol, 18 No,4, hal,345-370,
- Slabbert, E, dan Martin, S, (2017), "Aspek yang mempengaruhi gambaran kognitif, afektif dan konatif dari sebuah festival seni", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol, 6 No,2, hal,1-16,
- Solimun, M, S, (2002), *Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel Dan Amos*,

- Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya,
- Sugiyono, (2016), Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (edisi revisi), Bandung: Alfabeta,
- Suhartanto et al, (2020) actors Influencing Visitor Satisfaction and Revisit Intention in Lombok Tourism: The Role of Holistic Experience, Experience Quality, and Vivid Memory
- Suhartanto, D, (2018), Kepuasan wisatawan terhadap belanja souvenir: Bukti dari wisatawan domestik Indonesia , Isu-isu dalam Pariwisata, 21(6), 663–679, doi:10.1080/13683500,2016,1265487
- Swiss Education Group (2025), Wellness tourism: the future of hospitality is here!
- Tasci, AD, & Gartner, WC (2007), Gambar tujuan dan fungsinya hubungan, Jurnal Penelitian Perjalanan, 45(4), 413-425,
- Tedjakusuma, A, P., Retha, N, K, M, D., & Andajani, E, (2023), The Effect of *Destination Image* and *Perceived value* on *Tourist Satisfaction* and *Tourist Loyalty* of Bedugul Botanical Garden, Bali, *Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 85-99,
- Tomas Žvinklys Kregždė (2025), "The Future of Hospitality: Trends, Innovations, and Proposals for 2025,
- Utama, (2014) Pengantar Industri Pariwisata
- Walls, AR (2013), “Pemeriksaan lintas bagian atas pengalaman konsumen hotel dan dampak relatifnya terhadap nilai konsumen”, Jurnal Internasional Manajemen Perhotelan, Vol, 32, hlm, 179-92,
- Woodruff, RB (1997), “Nilai Pelanggan: Sumber Berikutnya untuk Keunggulan Kompetitif”, Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran, Jil, 25 No,2, hal,139-53,
- Yamaguchi, S., Akiyoshi, R., Yamaguchi, Y, dan Nogawa, H, (2015), “ Menilai pengaruh kualitas layanan, pengalaman masa lalu, dan citra tujuan terhadap niat perilaku di kamp pelatihan musim semi bisbol profesional Jepang tim”, Jurnal Konvensi & Pariwisata Acara, Vol, 16 No,3, hal,228-252,
- Yoon, Y, dan Uysal, M, (2005), “Pemeriksaan pengaruh motivasi dan kepuasan terhadap loyalitas destinasi: model struktural”, Manajemen Pariwisata, Vol, 26 No,1, hal,45-56,
- Yoon, Y, dan Uysal, M, (2005), “Pemeriksaan pengaruh motivasi dan kepuasan

- terhadap loyalitas destinasi: model struktural”, *Manajemen Pariwisata*, Vol, 26 No,1, hal,45-56,
- Zabkar, V., Brenjiy, MM, dan Dmitroviy, T, (2010), “Pemodelan kualitas yang dirasakan, kepuasan pengunjung dan niat perilaku di tingkat destinasi”, *Manajemen Pariwisata*, Jil, 31 No,4, hal,537-546,
- Zeithaml, VA (1988), “Persepsi konsumen terhadap harga, kualitas dan nilai: model sarana-akhir dan sintesis bukti”, *Jurnal Pemasaran*, Jil, 52, hal,2–22,
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D, (2019), A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention, *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336,
- Zhang, JJ dan Mao, Z, (2012), “Gambar semua skala hotel di blog perjalanan: Dampaknya terhadap loyalitas pelanggan”, *Jurnal Pemasaran & Manajemen Perhotelan*, Vol, 21 No,2, hal,113-131,
- Zulvianti, N., Aimon, H., Abror, (2023), *Perceived Environmental Value, Destination Image, and Tourist Loyalty: The Role of Tourist Satisfaction and Religiosity*