

DAFTAR REFERENSI

- Afwanda, T. (2021). *Pengembangan Objek Wisata Museum Tsunami Aceh Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-raniry).
- Agustinawati, A. (2018). Pengaruh Servqual Dimension terhadap Kepuasan Wisatawan pada Obyek Wisata Pantai di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(1).
- Agustinawati, A. A. (2023). PERSPEKTIF WISATAWAN TERHADAP DESTINASI PARIWISTA DANAU LUT TAWAR ACEH TENGAH. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 40-47.
- Agustinawati, A., & Yusuf, M. (2019, October). An Investigation of Tourist Satisfaction on Tourism Destination. In *Proceedings of the 1st International Conference on Finance Economics and Business, ICOFEB 2018, 12-13 November 2018, Lhokseumawe, Aceh, Indonesia*.
- Agustinawati, A., & Samsidar, S. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 11-17.
- Agustinawati, A., Samsidar, S., Bahri, H., Juliana, J., & Pendi, P. (2021). The Influence Of Customer-Centric Strategy Toward Tourist Satisfaction. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBA)*, 1(2), 347-354.
- Agustinawati, A., Samsidar, S., Bahri, H., Devi, M. S., & Muntari, Z. (2022). STUDI ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DOMESTIK DITINJAU DARI PERSPEKTIF DAYA TARIK DESTINASI WISATA HUTAN LINDUNG KOTA LANGSA. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 122-127.
- Agustinawati, S., & Yusuf, M. (2022). The Impact of Halal Tourism Marketing Mix on Satisfaction.
- Alfiandi, Tonni. *Analisis Segmentasi Targeting dan Positioning Pasar Wisata Museum Tsunami di Kota Banda Aceh* Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta).
- Audistiana, A. (2017). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Delta Fishing Sidoarjo. *E-Journal Manajemen "BRANCHMARCK"*, 3(3).

- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh fasilitas dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada pengunjung wisata umbul ponggok klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8-18.
- Badan Pusat Statistik Kepariwisata Kota Banda Aceh tahun 2021
- Badan Pusat Statistik Kepariwisata Kota Banda Aceh tahun 2022
- Bahri, H., Fajri, L., Hayati, D., & Mutahallil, G. (2022). Analysis Of Responsible Tourism Marketing Toward Entrepreneur In Culinary Sector Of Tourism. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(6), 921-926.
- Centeno, D., & Mandagi, D. (2022). Destination brand gestalt and its effects on brand attachment and brand loyalty. *Phillippine Management Review*, 29, 1-24
- Charli, C. O. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40-48.
- Edwina, D. E. (2020). *Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Gunawan, N. (2017). PENGARUH BRAND ATTACHMENT TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN BRAND COMMITMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVIEW PADA XL AXIATA DI SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 7.
- Handriono, R. A. (2016). The Influence Of Brand Awareness, Perceived Quality, And Brand Association On Brand Loyalty: A Study Of Customers PT. GOJEK INDONESIA IN JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Larasati, K. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Destination Brand Equity Ciletuh-Pelabuhanratu UNESCO Global Geopark (CPUGGp)* (Doctoral dissertation, IPB University).
- Lindasari, L. (2021). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Pantai Teleng Ria Pacitan)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo)
- Listyawati, I.H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI (2), 35-44.

- Mariyudi, M., & Matriadi, F. (2018, January). Customer value co-creation behavior and customer loyalty: A case study in the mobile application industry. In *1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017)* (pp. 469-476). Atlantis Press.
- Mariyudi, M., Salniza, B. M. S., & Zolkafli, H. (2015). Antecedents of Brand Loyalty for Mobile Telecommunications Services.
- Maulida, D. (2019). Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal “The Lightof Aceh” (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Mensah, J., Oppong, P.K., & Addae, M. (2021). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10(1), 297-313.
- Nasution, B. (2021). *Pengaruh Pariwisata Syariah dan Motivasi Berwisata terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Syariah di Kota Banda Aceh (Studi pada Museum Tsunami Aceh)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Nuraeni, N., Huda, K., & Shofiyah, I. (2023). Pengaruh Emotional Brand Attachment terhadap Brand Love dan Brand Loyalty pada Produk Kosmetik Merek Wardah. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(03), 115-121.
- Nurasiah, N., Mariyudi, M., & Heriyana, H. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION IN FORMING CUSTOMERS LOYALTY IN SBU FACTORY MAINTENANCE SERVICES (JPP) OF PT. PUPUK ISKANDAR MUDA. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 8(2), 121-134.
- Nurfajrina, N., & Aprilia, C. (2022). Investigasi Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Museum Tsunami Aceh. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11.(1), 1-12.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Ramadhania, Z. K., Pujiastutib, E. E., & Utomoc, H. J. N. (1836). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment Serta Brand Loyalty. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jabis) P-Issn*, 2277.

- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A.(2019). Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur.
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A.(2019). Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur.
- Roostika, R. (2012). Destination Branding and Its Influence on Tourist's Satisfaction and Loyalty. *Journal of Technology Management*, 11(1), 113808.
- Situmorang, S. H. (2017). Destination brand: membangun keunggulan bersaing daerah. *Wahana Hijau Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah*, 4(2), 84.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Tarigan, M.I., & Parhusip, P.T. (2022). Pengalaman Merek Destinasi Sebagai Mediator Terhadap Loyalitas Merek Destinasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 377-398.
- Widianti, C. B. (2020). *Analisis Faktor Motivasi Pengunjung Pada Destinasi Wisata Memorial (Museum Tsunami Aceh)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Widiarti, R. (2015). *Penerapan Arsitektur Tradisional Aceh Pada Museum Tsunami Aceh* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Widikusyanto, M. J.(2014). Peran Keterikatan Merek Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 49-70.
- Widjaja, Y. R. (2018). Pengaruh Brand Destination Dan Produk Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Word Of Mouth (Studi Pada Objek Wisata Pantai Karangtawulan Kabupaten Tasikmalaya). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 113-119.