

DAFTAR REFFERENSI

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing.
- Aini, N., & others. (2021). The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Visit Intention. *Journal of International Tourism and Hospitality*, 4(2), 88–102.
- AJ Muljadi, M. M. (2019). *Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi*. Rajawali Pers.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anam, K., & others. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Kembali. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 1–10.
- Apriyani, D., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Hotel Kartika Graha Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 1–7.
- Arafah, W., & Subali, S. (2023). Analisis Strategi Word of Mouth dalam Meningkatkan Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 45–59.
- Arjana, I. G. B. A. (2017). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers.
- Armstrong, G., Kotler, P., Cunningham, M. H., & Cunningham, P. H. (2008). *Principles of Marketing* (7th Canadian Edition). Pearson Education Canada.
- Astari, N. M. D. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan sebagai Strategi dalam Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Budaya Dan Ekonomi*, 4(2), 112–125.
- Aziza, N., & Purwanto, A. (2024). Efek Akseleratif e-WOM dalam Proses Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pemesanan Tiket Wisata. *Jurnal Manajemen Pemasaran Operasional*, 12(2), 112–128.
- Babin, B. J., Lee, Y.-K., Kim, E.-J., & Griffin, M. (2005). Modeling Consumer Satisfaction and Word-of-Mouth: Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139.
<https://doi.org/10.1108/08876040510596803>

- Baloglu, S. (2022). The Evolution of Destination Image: Physical and Emotional Experience Perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100941. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100941>
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2023). Factors Influencing Destination Image: A Modern Perspective on Information Sources and Social Media. *Journal of Travel Research*, 62(4), 815–830.
- Berger, J. (2020). *Contagious: Why Things Catch On* (Edisi Indonesia / Global Update). Simon & Schuster / Gramedia.
- Chen, L., & Wei, Z. (2024). Digital Personalization and Tourism Product Customization: The New Driver of Visit Decisions. *International Journal of Digital Tourism*, 12(1), 45–62.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222–232.
- Dewi, K., & others. (2021). Word of Mouth sebagai Strategi dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(2), 110–122.
- Erinawati, & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 22–35.
- Fachrudin, F., & Indrawan, I. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan di Era Digital: Kompetensi, Teknologi, dan Ketanggapan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Pariwisata*, 6(1), 15–29.
- Falahah, F., & Setiyarini, S. (2024). Strategi Pengembangan Produk Wisata Berbasis Pengalaman dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Dan Pariwisata Modern*, 3(1), 45–58.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and Practice* (C. Cooper (ed.); 6th ed.). Pearson Education Limited.
- Fotis, J. N. (2014). *The use of social media and its impacts on consumer behaviour: the context of holiday travel*. Bournemouth University.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., & Quan, T. N. (2020). The Effects of Service Quality on International Tourist Satisfaction and Loyalty: Evidence from Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 401–412. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.401>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). Multivariate Data

- Analysis, Multivariate Data Analysis. In *Book* (Vol. 87, Issue 4).
- Handayani, S., & others. (2022). Analisis Pengaruh E-WOM terhadap Citra Destinasi dan Minat Kunjung Kembali. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 312–325.
- Handoko, T., & Dharmmesta, B. S. (2012). Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: BPFE*.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882–897.
- Hu, M., & Shen, H. (2021). The Influence of Destination Image on Tourist Loyalty: A Cognitive-Affective Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 101–113. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.004>
- Illah, N., & others. (2019). The Role of Instagram in Influencing Tourist Decision Making: An E-WOM Perspective. *Journal of Tourism and Digital Culture*, 2(1), 15–28.
- Isdarmanto, I. (2016). Studi Kelayakan Aspek Strategis Desa Wisata Tembi Untuk Meningkatkan Pariwisata Dan Perekonomian Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 10(1), 51–62.
- Junaida. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Pemasaran Pariwisata*, 4(1), 45–58.
- Jung, S.-H., & others. (2023). Beyond Physical Facilities: The Dominant Role of Staff Interaction in Tourism Decision Making. *International Journal of Hospitality Management*, 109, 103398. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103398>
- Kartika, S., & others. (2024). Integrasi Atraksi, Amenitas, dan Layanan Tambahan dalam Menciptakan Paket Pengalaman Wisata: Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Manajemen Pemasaran Pariwisata Indonesia*, 12(2), 145–160.
- Keller, A., Hohlfeld, S., Kolter, A., Schultz, J., Gemeinholzer, B., & Ankenbrand, M. J. (2020). BCdatabaser: on-the-fly reference database creation for (meta-) barcoding. *Bioinformatics*, 36(8), 2630–2631.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing.

- Kim, J.-H., & Lee, S.-W. (2024). Beyond the Message: The Moderating Role of Source Credibility and Information Quality in Tourism WOM. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 41(2), 215–231.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=OYjntgAACAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson Education.
- Le, H. M. T. (2025). *Modern Tourism Product Framework: Beyond Tangibility*. Academic Press Global.
- Lesmana, R., & Anwar, S. (2025). Daya Tarik Wisata sebagai Pemicu Dominan Keputusan Berkunjung: Analisis Hierarki Elemen Produk Wisata. *Jurnal Riset Pariwisata Kontemporer*, 10(1), 18–34.
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (2017). Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction? The case of Macao. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 115–123.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, developments and implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315.
- Luthfi, M. (2024). Narasi Publik dan Validasi Media Sosial: Transformasi Pembentukan Citra Destinasi Modern. *Jurnal Komunikasi Pariwisata Digital*, 6(1), 75–92.
- Maisyarah, Siti & Sufa, Rahmat Asri. (2026). Riset Ilmiah Modern : Teori Dan Praktik Metodologi Penelitian, Banjar : Ruang Karya Bersama.
- Maisyarah, Siti. (2025). Pengantar Ilmu Ekonomi : Teori Ekonomi Mikro Dan Makro, Banjar : Ruang Karya Bersama.
- Maisyarah, Siti & Sufa, Rahmat Asri. (2025). Ekonomi Publik Kontemporer : Dari Konsep Dasar Hingga Kebijakan Anggaran Negara, Solok : Mafy Media Literasi Indonesia.
- Marlina, M. (2024). Analisis Kualitas Layanan: Peran Kompetensi Pegawai, Fasilitas, dan Komunikasi dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kontemporer*, 6(2), 88–102.
- Mheidat, A., & Marzuki, A. (2025). Factors Influencing Destination Image: The Role of Tourist Experience and Local Interaction. *International Journal of Tourism Research*, 27(1), 112–128.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2021). *Marketing in Travel and Tourism* (6th ed.). Routledge.

- Nurmasyahyati & Maisyarah, Siti. (2026). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis: Teori Dan Aplikasi*, Solok : Mafy Media Literasi Indonesia.
- Nurmasyahyati & Maisyarah, Siti. (2026). *UMKM dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, Bekasi : Alungcipta.
- Nuryanti, W. (2020). *Produk Wisata: Narasi, Interpretasi, dan Nilai Autentik*. In *Pariwisata dan Kebudayaan: Strategi Pengembangan Destinasi*. Gadjah Mada University Press.
- Octaviany, V. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan. *Tourism Scientific Journal*, 1(2), 184–195.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2022). *Pengantar Ilmu Pariwisata (Edisi Revisi)*. Andi Offset.
- Pratama, A., & Kurniawan, B. (2022). Analisis Empiris Faktor-Faktor Produk Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Unggulan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Pariwisata*, 7(2), 89–104.
- Pratama, A., & Wijaya, H. (2025). Sosial-Teknis Electronic Word of Mouth (e-WOM) di Indonesia: Kekuatan Ikatan Sosial dalam Keputusan Berkunjung. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital Indonesia*, 7(1), 12–28.
- Purwanza, S. P., & others. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. CV. Media Sains Indonesia.
- Rahayu, S., & Hendro, O. (2014). The Effect of Promotion, Service Quality, Brand Image on the Satisfaction of the Tourists Visiting the City Palembang and the Implication on Their Loyalty to the Visited Resorts. *STIE Multi Data Palembang*, 98.
- Ramadhan, A., & others. (2024). Mediasi Kredibilitas Sumber: Mengapa Word of Mouth Lebih Dipercaya daripada Iklan dalam Keputusan Berkunjung. *Jurnal Perilaku Konsumen Pariwisata*, 8(1), 75–89.
- Richadinata, I. N. P., & others. (2024). Dimensi Pelayanan, Kemantapan Pengambilan Keputusan, dan Keamanan Wisatawan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 145–162.
- Sasongko, R., & others. (2021). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Widina Media Utama.
- Schouten, F. S. (2025). *Manajemen Pemasaran Jasa dan Strategi CRM Modern*. Penerbit Buku Literasi.
- Setianingrum, W., & Komariyatin, K. (2025). Citra Destinasi sebagai Pemicu Emosional dalam Keputusan Berkunjung Wisatawan: Analisis Kausalitas. *Jurnal Psikologi Pariwisata Indonesia*, 7(1), 45–60.

- Setiyorini, & others. (2018). Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 3(1), 25–34.
- Siburian, J., & Anggrainie, P. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 45–52.
- Simangunsong, B., & others. (2024). *Manajemen Pemasaran Pariwisata di Era Digital*. Widina Media Utama.
- Sinurat, S., & others. (2024). Validasi Sosial dan Bukti Digital: Pengaruh e-WOM Lintas Batas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Modern. *Jurnal Pemasaran Digital Dan Pariwisata*, 5(1), 45–62.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran* (10th ed.). Erlangga.
- Sudarsono, H. (2020a). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sudarsono, H. (2020b). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Sulistiyowati, L. N., & SE, M. M. (2008). Pengaruh persepsi atas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan perilaku word of mouth wom—studi pada LBB “X” Maospati Magetan. *Jurnal Ilmiah Universitas Soerjo Ngawi. Media Soerjo*, 3(2), 17–32.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Sunaryo, B. (2020). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-Dasar Pariwisata*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:135057085>
- Suwantoro, G. (2021). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi Offset.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Teguh, F. (2025). *Transformasi Pariwisata Masa Kini: Ketahanan, Teknologi, dan Keberlanjutan*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Timotius, K. H., & Nainggolan, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Perceived Value dan Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Manajemen Jasa Dan Pariwisata*, 6(1), 22–38.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi

Terbaru). Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.

Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu.

Widipurnomo, B., & Santosa, B. (2024). Destinasi sebagai Janji: Mengurangi Risiko Persepsian melalui Citra Kognitif dan Afektif. *Jurnal Manajemen Pemasaran Destinasi*, 11(2), 189–205.

Wijaya, S., & Thio, S. (2023). The Impact of Destination Image on Domestic Tourists' Intention to Visit: A Contemporary Study. *Journal of Hospitality and Tourism Management Indonesia*, 4(1), 45–58.

Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yang, Y., Liu, Y., Li, J., & Zhang, H. (2022). The Multi-Dimensional Structure of Destination Image: Cognitive, Affective, and Conative Perspectives. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100671. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100671>

Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan Strategis pemasaran daerah tujuan wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 4611.

Yossandri, Y., & Eviana, E. (2022). Analisis Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 156–170.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.