

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, D., Hamir, N., Nor, N. M., Jayaraman, K., & Rostum, A. M. M. (2018). *Food quality, service quality, price fairness and restaurant re-patronage intention: The mediating role of customer satisfaction. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(17), 211–226. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i17/5226>
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I* (A. S. dan B. Molan. (ed.)). Prenhalindo.
- Anggraita, S. L. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongkok Klaten. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i2.2933>
- Chrismardani, Y., & Arief, M. (2022). *Halal Destination Image, Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Revisit Intention at Tourist Destinations in Sumenep Regency. Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 834–841. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1100>
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(2), 82–92. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/22011>
- Faturrahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *Jurnal Manajemen*.
- Febriani, N., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Atraksi dan Fasilitas Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 134–146. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1410>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Gazzally, A. D. U. Al, Arinastuti, Muntahanah, S., & Masita, T. E. (2023). Pengaruh *electronic word Of mouth (E-WOM)*, Aksesibilitas, Fasilitas dan persepsi harga terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. *Majalah Ilmiah Manajemen*

& *Bisnis (MIMB)*, 20(1), 30–42.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Hellier, Philip K, dkk. (2003). Customer Repurchase Intention : A General Structural Equation Model. *Journal Of Marketing*, 37.

Imaniar, N. A., Laksono, S. S. M. L., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga dan Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Wisata Kuliner Pasar Senggol Bangoan Tulungagung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 224–234.

Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73.
<https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>

Khasanah, U. U., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Kunjungan Kembali Pasien melalui Kepuasan di Puskesmas Umum Ngimbang. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(1), 85–96.
<https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i1.384>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. (12th ed.). Erlangga.

Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. *SIMBA: Seminar Inovasi ...*, September 2022, 1–18.

Kusumaningrum, S., Rachma, N., & Khoirul, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali

Wisatawan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 1–14. www.fe.unisma.ac.id

Kusyanda, M. R. P., Antara, M., & Suryawardani, I. G. A. O. (2020). Atribut Destinasi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Niat Wisatawan Berkunjung Kembali di Pantai Melasti, Desa Ungasan, Kabupaten Badung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, January 2020, 425.

Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.

Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). *Perceived Price of Dynamic Pricing. Journal of Industrial Management Data Systems. Journal of Industrial Management Data Systems*, 4.

Oktapiani, S. D., & Herawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen di RM. Putra Cangkuang Saskia. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1035–1043. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2016>

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>

Raditya Satrya, M. A., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma:Jurnal Manajemen*, 7(2), 236. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32134>

Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada *The Sila's Agrotourism. Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56.

Ratna Ningsih, G. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (Study Kasus Pada Hotel Bandara Syari'ah Kabupaten Lampung Selatan Kec. Natar)*. 53(9), 1689–1699.

Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan

Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. (7th ed.). PT Indeks.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suhartapa, & Sulisty, A. (2021). *Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang*. 12(September), 115–122.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Service, Quality dan Satisfaction*. (4th ed.). CV ANDI.

Tjiptono, F. (2019). *“Pemasaran Jasa Edisi Terbaru.”* Penerbit Andi.

Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 641–650.

Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Alfabeta.

Wibowo, S. F., Sazali, A., & Kresnamurti R. P., A. (2016). *the Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village*. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136–156.

Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4.

Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak *Utilitarian Value* Dan *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Revisit Intention*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121–130.

Zeithaml, V. A. (1988). *“Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence.”* *Journal Of Marketing*.