

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aldrian, A., Suhud, U., & Febrilia, I. (2022). Pengaruh electronic word of mouth, destination image, attitude toward destination dan destination trust terhadap visit intention: studi pada generasi z di Jabodetabek. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 518-536.
- Alfredo, R., & Yuliviona, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Objek Wisata Pantai Gandoriah Pariaman). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/25921>
- Anggraini, F., & Komaryatin, N. (2025). Effect Destination Image of Revisit Intention Through Memorable Tourist Experience and Tourist Satisfaction in Destination Karimunjawa, Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(2), 426–439. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i2.1014>.
- Anugrah, A. M., Antara, M., & Mahendra, M. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Wisatawan Sepeda Gunung dan Niat Berkunjung Kembali: di Cacing Fun Track, Lombok Barat. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 6(2), 152-165. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i2.852>
- Arianti, N. L. P. M., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Green Kubu Café Tegallalang. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 462–471.
- Arianto, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Reseller Pt Ddi. *Jurnal Arastirma*, 3(2).
- Astuti, W., Natsir, M., Syarif, M., Elmas, H., Malang, U. M., Panca, U., & Probolinggo, M. (2025). *Exploring the paradoxes of tourism : How memorable experiences , city branding , and destination image influence revisit intentions ?* 18(1), 95–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jrbm.v18i1.17579>
- Aswaty, F. N. A. J., & Anggraini, R. (2022). Pengaruh service quality, price, tourist experience dan overall satisfaction terhadap revisit intention wisatawan di kota batam. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 17(2), 102-117. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.2755>

- Atmari, N. V., & Putri, V. W. (2021). The Effect of Tourism Experience on Revisit Intention through Destination Image and Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 10(1), 85–94. <https://doi.org/10.15294/maj.v10i1.45503>
- Aurellia, N. S. P., Farida, N., & Listyorini, S. (2025). Pengaruh Destination Image Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Melalui Ewom (Studi Pada Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1), 418-429. <https://doi.org/10.14710/jiab.2025.45623>
- Baiturrahman, J. R., & Andriani, N. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Wisatawan Di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5577–5604. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i6.6579>
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). 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)
- Benitez-Marquez, M. D., Bermudez-Gonzalez, G., Sanchez-Teba, E. M., & Cruz-Ruiz, E. (2021). Exploring the antecedents of cruisers' destination loyalty: Cognitive destination image and cruisers' satisfaction. *Mathematics*, 9(11), 1218. <https://doi.org/10.3390/math9111218>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Chairunisa, S., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Experiential Marketing, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Objek Wisata Religi Masjid Agung Banten). *Diponegoro Journal of Management*, 12(2). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/38734>.
- Charli, C. O. ., & Putri, D. A. . (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>.
- Cheng, T. M., & Lu, C. C. (2013). Destination Image, Novelty, Hedonics, Perceived Value, and Revisiting Behavioral Intention for Island Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 766–783. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.697906>.
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2). <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>

- Citra, I. P. A., & Mahardika, I. M. N. O. (2025). Manajemen Strategi Meningkatkan Citra Destinasi Kabupaten Buleleng Sebagai Wisata Bahari. *Guna Sewaka*, 4(2), 66-77. <https://doi.org/10.53977/jgs.v4i2.2920>
- Dewi, P. R. A., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2024). The Role of Destination Image Mediates the Influence of Tourist Experience and Service Quality on Revisit Intention (Study on Domestic Tourists Tanah Lot Tourism Destination Areas). (2024). *European Journal of Business and Management Research*, 9(1), 21-30. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2024.9.1.2076>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng (2025), Data kunjungan wisatawan Kabupaten Buleleng.
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh citra destinasi dan lokasi terhadap minat berkunjung kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28-41. <https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Faramedina, N., Arintawati, M. L. D., & Hariani, M. (2024). Pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap niat berkunjung kembali pada Alun-Alun Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1–14.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi* (Doctoral dissertation, tesis dan disertai ilmu manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro).
- Fitriya, S. (2023). Analisis kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke objek wisata Kabupaten Kerinci. *Business, Economics dan Entrepreneurship*, 5(2), 184-195.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. M., & Sudyasjayanti, C. (2024). The Mediation Effect of Corporate Image and Customer Satisfaction, towards Revisit Intention (Study on Starbucks Reserve Dewata, Bali). *Journal of Economic, Finance and Management Studies*, 7(2).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hapsara, O. ., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hossain, M.S, Mostafa, M.G., & Hossain, M.A. (2021). Modeling Tourists' Satisfaction In The Nature-Based Tourist Destination Using Structural Equation Modeling Technique. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 814–822. <https://doi.org/10.30892/gtg.37311-713>
- Iftikar, M., & Puspaningrum, A. (2024). Pengaruh aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi risiko terhadap revisit intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*

Dan Perilaku Konsumen, 3, 98-106.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.10>

- Jin, M-I., Choi, Y., Lee, C.-K., & Ahmad, M.S. (2020). Effects of Place Attachment and Image on Revisit Intention in an Ecotourism Destination: Using an Extended Model of Goal-Directed Behavior. *Sustainability*, 12(18), 7831. <https://doi.org/10.3390/su12187831>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (14th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1-28. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). *The marketing aspects of service quality. AMA Proceedings*.
- Lina, L. F., Permatasari, B., Novita, D., & Febrian, A. . (2025). Destination Service Quality and Destination Image To Enhance Revisit Intention: Role of Perceive Risk in Post-Covid-19 Era. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 78. <https://doi.org/10.17358/jabm.11.1.78>
- Mahardika, I. M. N. O., (2024). Literatur Review: Destination Image And Revisit Intention. *Waisya : Jurnal Ekonomi Hindu*. 3(1), <https://doi.org/10.53977/jw.v3i1.1608>
- Manurung, H. H., & Astini, R. (2020). The influence of destination awareness, destination image and destination experience on travel decision to Baduy cultural tourist destination, Banten. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 5(10), 512-516.
- Mardani, M., Zahara, Z., & Muzakir. (2024). Pengaruh citra destinasi, kualitas layanan terhadap kepercayaan serta dampaknya terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke destinasi Kepulauan Togean. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 268–282.
- Mardikaningsih, R., Arifiana, A., Fahriza, F., Faramedina, N., & Dina, E. (2023). Pengaruh motivasi belanja, citra destinasi, dan pengalaman terhadap niat berkunjung kembali ke pusat pembelanjaan. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(1), 14-21.
- Mareta, R. K., Farida, N., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung melalui Electronic Word Of Mouth (Studi pada Pengunjung Wisata Eling Bening). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 33-40. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33569>.
- Mertasari, N. M. S. (2021). *Pengujian Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Rajawali Pers.

- Ninef, A. C., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Kecamatan Buleleng Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(3), 877–885.
- Normalasari, N., Johannes, J., & Yacob, S. . (2023). Minat kunjungan kembali wisatawan daya tarik wisata yang dimediasi oleh electronic word of mouth. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 156–169. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i01.17918>.
- Nurazizah, G. R., & Marhanah, S. (2020). Influence Of Destination Image And Travel Experience Towards Revisit Intention In Yogyakarta As Tourist Destination, 3 (1). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. <https://doi.org/10.17509/jithor.v3i1.23016>
- Ozili, P. K. (2023). *The acceptable R-square in empirical modelling for social science research*. In *Social Research Methodology and Publishing Results*. Munich Personal RePEc Archive (MPRA Paper No. 116496). <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/116496/>
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; dan Berry, L.L. 1988. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*, Vol. 64 Issue 1, pp.12-40. https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). Behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*. https://doi.org/10.1177/002224299606000203?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- Pete, K., Prasiasa, D. P. O., & Junaedi, I. W. R. (2025). The effect of service quality, destination image, and electronic word of mouth (e-WOM) on tourists' revisit intention to Tanah Lot. *Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora*, 4(3).
- Purwidiyarsari, N. K., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada Bumi Perkemahan Ojear Bali Hill. *Bisma: Jurnal Manajemen*. 10 (3). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/83068>
- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjung kembali di restoran Kaizen BBQ Grill & Shabu-shabu Surabaya dengan customer experience sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 46-54. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.46-54>
- Rahmawati, E. D., Admadianto, H. N., Fadila, S., & Baaq, S. H. (2023). Smart Tourism Technology Dan Kepuasan Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Di Wisata Heritage Kota Surakarta. *MBIA*, 22(1), 103-112.

- Rismawati, Sitepu, E. S., & Manurung, J. S. (2020). The influence of service quality, destination image, and memorable experience on revisit intention with intervening variables tourist satisfaction. In *Proceedings of the 4th Bogor International Conference for Social Science 2020 (4th BICSS 2020)*.
- Riyanti, N. K. I., Kusuma, I. G. A. N. E. T., & Rihayana, I. G. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap niat berkunjung kembali di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*, 7(1), 84–99.
- Rohmania, D. N. (2022). Pengaruh citra destinasi, motivasi wisatawan dan E-Wom negatif terhadap niat berkunjung ulang. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5), 280–292. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i5.178>
- Ruhamak, M. D., & Putra, Y. P. (2020). Determinasi revisit intention ditinjau dari destination image melalui customer satisfaction di Kampung Inggris Pare â€Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 143-158.
- Satria, B., Untari, D. T., & Khasanah, F. N. (2023). Pengaruh marketing mix dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mujigae Resto Bekasi. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 23(1), 23-32.
- Santoso, R., & Herlina, A. (2025). Peran influencer media sosial dalam membentuk citra destinasi pariwisata: Perspektif Kualitatif. *Sintesa*, 4(02), 22-46.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan Terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781-792.
- Setiawan, D., Yulianto, A., Ikhwan, S., Wahana, A. N. P. D., & Riono, S. B. (2025). Pengaruh citra destinasi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Randusanga Indah Brebes. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(3), 168–181. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i3.7885>
- Setijadi, S., & Ainiyah, G. Z. (2022). Pengaruh E-Wom, kualitas layanan terhadap citra destinasi berdampak pada minat kunjung wisatawan Ke The Picas Adventure Banjarnegara. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(2), 292-312.
- Sitanggang, D. A., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2020). Pengaruh citra destinasi, nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan dan niat berperilaku wisatawan. *Profit: Jurnal Adminsitasi Bisnis*, 61-77.
- Sitaniapessy, A. (2024). Tourist Revisit Intention: The Role of Destination Image, Satisfaction and Quality. *MBIA*, 23(2), 201–211. <https://doi.org/10.33557/mbia.v23i2.3170>
- Sualang, K. R. V. A. V. R., Rumat, V. A., Pingkan, I., & Rorong, F. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan perizinan pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kabupaten

- Minahasa Tenggara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 21(2).
- Suandari, N. P. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2023). Peran citra destinasi berkearifan lokal memediasi atribut destinasi dan kualitas layanan terhadap niat berkunjung kembali. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 236–248.
- Suci, Agusti Wulandari (2020) *Pengaruh destination image, food image, dan tourist satisfaction terhadap revisit intention di Kota Bukittinggi*. D3 thesis, Universitas Andalas.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D 2nd ed.* Alfabeta.
- Sulistiyono, B., Ahmad, I., Ariyanti, D., Putri, L., Pangistia, A., Falasifa, S., ... & Elhawa, S. (2024). Rancangan membangun desa Mandiri dengan pemetaan potensi Desa: Studi pada Desa Kanigoro Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 6(3), 23-33. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v6i3.562>
- Sumarni, I., Baskara, I., & Fadli, J. A. (2024). The effect of service quality and destination image on return visit intention through tourist satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 12(6), 2309–2336. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2861>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan strategi kepuasan pelanggan*. Penerbit Andi.
- Uwaka, N. A. I., Isa, R., & Mozin, S. Y. (2026). Kualitas pelayanan publik pada Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Gorontalo (Studi Kasus pada bidang pengembangan destinasi pariwisata dan industri pariwisata). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 9530-9537. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4350>
- Visit North Bali. (2021). Air Terjun Sekumpul. <https://visitnorthbali.bulelengkab.go.id/informasi/detail?kode=34010101&slug=air-terjun-sekumpul>
- Wahim, I., & Hamzah, M. (2024). A Study on service quality, tourist value perception, and destination image for revisit intention in Lombok. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 8(2), 146-160. <https://doi.org/10.34013/jk.v8i2.1596>
- Wantara, P., Irawati, S. A., & Arfy, W. R. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan word of mouth pada destinasi wisata pantai Lon Malang. *Competence: Journal of Management Studies*, 18(2), 24-33. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v18i2.28060>
- Wardhana, A. W., & Munas, B. (2024). Analisis pengaruh cognitive image, affective image, dan unique image terhadap keputusan berkunjung dengan minat kunjungan sebagai mediasi (Studi Pada Objek Wisata Pantai

Menganti Kebumen). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 21(1), 43-56. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v21i1.66739>

Wibisono, I. P., Prananta, R., Lokaprasidha, P., Nugroho, M. A., & Wahjuni, S., (2023). Analisis pengaruh destination image, perceived value, dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata di Banyuwangi. *Gema Wiralodra*, 14(1), 190-200.

Wulandani, N. L. K. L. (2022). Pengaruh citra destinasi dan persepsi nilai wisatawan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan milenial mancanegara di Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 49-55.

