

DAFTAR RUJUKAN

- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo Di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/Ejmm.V4i5.397>
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Niat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 373–381. <https://doi.org/10.37329/Metta.V3i4.2817>
- Angelia, A. R., & Yanita, N. (2024). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang*. 02(02), 21–27.
- Ansyah, R., Hastuti, D. R. D., Kamaruddin, C. A., Syafri, M., & Astuti, S. (2024). Peran Promosi Dan Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Puncak Tinambung Bissoloro Kab. Gowa. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs)*, 4(4), 536–542. <https://doi.org/10.47233/Jebs.V4i4.1900>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Audrey, M., & Iskandar, H. (2024). Analisis Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kuliner di Petak Enam. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 7011-7016.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. . (2019). This Work Is Licensed Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial Aulia & Yuliaty | Pen Garuh City Branding “ A Land Of Harmony ” Terhadap Niat Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 71.
- Azizah, E. R. N., & Islam, M. A. (2024). Desain Kemasan sebagai Media Promosi Produk Nirwana Batik di Desa Wisata Bejjong Kabupaten

- Mojokerto. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 52-65.
- Chen, C. F., & Phou, S. (2020). A closer look at destination image: Image attributes, positive and negative image, and image overall. *Tourism Management*, 36, 269–281.
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136-1147.
- Ganur, Y., Prayogi, P. A., & Mirayani, N. K. S. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Pantai Pandawa Unggasan Bali. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(1), 51-65.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2020). The impact of service quality, destination image, and perceived value on tourist satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 1–11.
- Kusuma, I. G. A. A., & Pramudana, K. A. S. (2023). Pengaruh promosi destinasi wisata terhadap niat berkunjung melalui daya tarik destinasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(3), 415–428.
- Maulyan, R. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Niat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(2), 112–124.
- Nasution, M. N. A., Syaiful, H., & Edy, A. (2022). Peranan Motivasi Sebagai Faktor Pendorong Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Menata*, 1(2), 59-79.
- Novta, A., Liestiandre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Ubud. *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 40-45.
- Nugraha, K. S. W., Paramita, C., Wulandari, G. A., Suryaningsih, I. B., Destari,

- F., & Ramadina, N. A. (2024). Penguatan kelembagaan dan cultural branding Desa Kamal Jember menuju desa wisata sejarah dan budaya berbasis sustainable tourism. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 4403-4414.
- Pradana, H. A., Panuntun, B., & Harjito, D. A. (2023). Pemberdayaan UMKM desa Caturharjo Bantul DIY melalui pemasaran digital, video promosi, dan advertorial produk UMKM. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 500-508.
- Pratiwi, D. A., & Uripi, C. R. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial, Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Air Bojongsari. *Majalah Imiah Manajemen dan Bisnis*, 20(2), 55-66.
- Putra, I. P. A. S., & Dewi, N. N. A. (2023). Pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 8(2), 101-112.
- Putra, I. P. A. S., Dewi, N. N. A., & Pramudana, K. A. S. (2023). Peran promosi dan citra destinasi dalam meningkatkan niat berkunjung wisatawan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(6), 987-998.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734.
- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh daya tarik wisata terhadap Niat Berkunjung pada wisata hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 113-126.
- Sangkaeng, C., Kapugu, H., & Sembel, A. S. (2020). Coffee CENTER di Bolaang Mongondow Timur. *Arsitektur Lansekap* (Doctoral dissertation, Sam Ratulangi University).
- Sari, N. L. P. A., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh promosi dan citra destinasi

- terhadap niat berkunjung wisatawan di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(9), 1734–1746.
- Sari, N. L. P. A., Putra, I. G. L. A. R., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh promosi dan daya tarik destinasi terhadap niat berkunjung wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–56.
- Stylidis, D., & Cherifi, B. (2021). Characteristics of destination image: Visitors and non-visitors' images of London. *Tourism Review*, 76(2), 344–357.
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., & Ivkov, M. (2021). Tourists' emotional solidarity with residents: A destination image perspective. *Journal of Travel Research*, 60(4), 814–830.
- Sukaatmadja, I. P. G., & Yasa, N. N. K. (2022). Citra destinasi, kepuasan wisatawan, dan niat berkunjung kembali pada destinasi wisata Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 210–221.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12.
- Umur, A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Pariwisata*, 5(3), 210–222.
- Utami, N. W., & Nugroho, S. (2021). Pengaruh promosi digital terhadap minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 89(1), 23–32.
- Purwidiyarsi, N. K., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada Bumi Perkemahan Ojear Bali Hill. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(3). <https://doi.org/10.23887/bjm.v10i3.83068>
- Kusumawati, M. A., & Putra, K. E. S. (2025). Pengaruh persepsi harga dan

kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Krisna Adventure. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 8(1). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v8i1.98031>

Abhimayu, & Putra, K. E. S. (2025). Pengaruh promosi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Penimbangan. *Pramana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.98816>

Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature review: Pengalaman dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke desa wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>

Jordy, G. E. S., Masdarini, L., & Suriani, N. M. (2025). Analisis minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Lovina ditinjau dari komponen destinasi wisata 4A. *Jurnal Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 16(1). <https://doi.org/10.23887/jppkk.v16i1.77967>

