

DAFTAR PUSTAKA

- andri Astuti Itasari, Nurnawati Hindra Hastuti, A. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Keterlibatan Pemakai, Program Pelatihan Dan Pendidikan Pemakai, Formalisasi Pengembangan Sistem Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Lembaga Perkreditan Desa (Lpd) Di Lpd Sibetan, Bebandem Dan Macang, J. *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program SI (Vol.7 No.1 Tahun 2017).*, 5(0), 52–59.
- Benediktus Primus Gunteja, Enny Mulyantari, & Arif Dwi Saputra. (2021a). Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Coffee On The Bus Po. Rejeki Transport Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 4(2), 176–186. <https://doi.org/10.36594/jtec/366d8q08>
- Darojat, I. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Managemebt Journal*, 5(1), 1–9.
- Dwi Parastiwi, F., & Farida, N. (N.D.). *Pengaruh Daya Tarik Dan Word-Of-Mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan*.
- Hambali, ., Said, M. M., & Ghoni, M. D. (2024). Empowering Diversity: Edu-Ecotourism As A Platform For Multicultural Islamic Education Value In Coastal Communities. *Asian Journal Of Education And Social Studies*, 50(5), 349–364. <https://doi.org/10.9734/Ajess/2024/V50i51367>
- Hernandez, L. M., Delgado-Cruz, A., & Palmas-Castrejón, Y. D. (2022). Destination Image: Validation Of A Measurement Scale. *Revista Interamericana De Ambiente Y Turismo*, 18(1), 2–12. <https://doi.org/10.4067/S0718-235x2022000100002>
- Imam Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (Program Ibm Spss)*.

- Katon Van Daffa, I. R. (2022). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 8(1).
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>
- Kharisma, P. M., & Giantari, I. G. A. K. (2021). The Effect Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Lagi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1469.
<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I12.P11>
- Manajemen, S., Universitas, F. E., Raja, M., Haji, A., Rosifa, A., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada New Marjoly Beach And Resort. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 4(1).
- Melati, A. M., Nurhajati, & Basalamah, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran City Branding, Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Kota Wisata Batu (Studi Kasus Pada Mahasiswa Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1013–1021.
<http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21090>
- Nespia, R. (2023). *Deskripsi Konseptual “Grand Teori.”* 17–50.
- Nurmala, Sullaída, D. (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe*. 23(2), 73–78.
- Putri, V. N., Roedjinandari, N., & Risfandini, A. (2023a). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kebun Raya Purwodadi. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 1–12.
<https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1564>
- Sappawali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2018). Manajemen Daya Tarik Wisata Dan Kepuasan Kunjungan Wisata. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1).
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Shukla, B. A., Mishra, A., Dwivedi, Y. K., Papagiannidis, S., & Book, T. (2026).

Expectation Confirmation Theory.

Siti, M., & Jannah, M. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening 1.*

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif.*

Supriadi Siagian, & Mita, M. M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. *Toba: Journal Of Tourism, Hospitality And Destination*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.55123/Toba.V1i2.564>

Wahyuni, S., Mahrizal, M., & Nur, M. (2025b). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Daya Tarik Sebagai Variabel Mediasi Pendahuluan Dunia Semakin Tanpa Batas . Media Sosial Menjadi Salah Satu Sarana Penghubungnya . Informasi Dimedia Sosia Bersifat Real. *Jurnal Ekobismen*, 5(1), 29–42. <https://doi.org/10.47647/Jeko.V>

Wisnu, I. A., & Sholahuddin, M. (2023). *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Obyek Wisata Waduk Kedung Ombo.*