

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, r. m. (2020). Pengaruh *Destination Personality* terhadap *Behavioral Intention* Melalui Self Image Congruity pada Wisata Edukasi Toneker Ledokombo. *repository.unej*, 27.
- Artha, T. (2020). A Structural Model of *Destination Image*, Tourists' Satisfaction and. *Elibrary Unikom*, 7.
- Asari , A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., et al. (2023). Pengantar Statistika . Dalam M. Andi Asari. Solok, Sumatra Barat: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA .
- Azizah. (2019). *METODA PENELITIAN*. Jakarta.
- Databoks. (2023, june 06). *provinsi tujuan turis lokal*. Diambil kembali dari databoks.katadata: <https://databoks.katadata>
- Destiana, a. (2019). Pengaruh *Destination Image* dan Tourist Atraction terhadap Tourist Satisfaction dan Post Visit *Behavioral Intention*. *Journal of Tourism and Creativity*, 2.
- dkk, Z. M. (2022). PENGARUH CITRA DESTINASI, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DIRA SWIMMING POOL AMBULU. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 2.
- Febriansyah. (2021). manajemen. *eprints.kwikkiangie.ac*, 1.
- Hetami. (2020). PERENCANAAN DESA WISATA BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKATDI DESA CIBEUSI. *repository.upi*, 1.
- Hidayah, I. R. (2021). ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING, PERCEIVED QUALITY DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOPI. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi*, 2.
- Indonesia, k. p. (2024, june 06). *sektor pariwisata dan ekonomi kreatif 2024*. Diambil kembali dari kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/>
- Irfan. (2020). manajemen pemasaran. *repository.stei.*, 05.

- Kurniawan, a. (2019). pemasaran pariwisata. *repositorytump*, 5.
- Lestari, E. (2022). PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ALLIANZ ECOPARK ANCOL. *Jurnal Pesona Hospitality Volume 15 No.2 – November 2022*, 3.
- Lidyawati. (2022). prilaku konsumen. *repository stei*, 2.
- Mahardhika, F. &. (2018). *manajemen*.
- Nasrullah. (2020). *Pemasaran Pariwisata, konsep, perencanaan dan impelementasi*. yayasan kita menulis.
- Nengsi, w. (2019). ANALISIS KETERKAITAN ANTARA *DESTINATION IMAGE, DESTINATION PERSONALITY, ATTITUDE, DAN BEHAVIORAL INTENTION* (STUDI PADA WISATAWAN DOMESTIK PANTAI CAROCOK). *jurnal manajemen*, 3.
- Novianti. (2022). KONSEP BRANDING WISATA BERBASIS PEMASARAN DIGITAL DI DESA SIRNAJAYA,KABUPATEN BOGOR. *pariwisata*, 3.
- Peirisal, t. (2019). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENATAAN RUANG PERUNTUKAN. *JIA Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) UNSUB –* , 7.
- Pratama, a. r. (2023). APILIKASI MANAJEMEN KEHADIRAN BERBASIS ANDROID . *repository.unsri*, 24.
- Prayoga, K. W. (2023). *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention*. Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Ramadya. (2022). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP ATTITUDE TOWARD USING SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN* , 1.
- Ramadya, i. r. (2022). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP ATTITUDE TOWARD USING SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN*, 2.

- Riqqoh, D. Y. (2019). PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *DESTINATION BRANDING* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE WISATA BAHARI JAWA TIMUR. *repository.upnjatim*, 3.
- Saputra, e. r. (2023). Pengaruh *Destination Personality* terhadap *Behavioral Intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam perspektif bisnis islam. *Manajemen Bisnis Syariah*, 7.
- Sri, I. N. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Statistik, b. p. (2023, june 06). *jumlah wisatawan di kabupaten subang*. Diambil kembali dari subangkab.bps.go.id: <https://subangkab.bps.go.id/>
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. 2017.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta.
- Sunarto. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone. *Jurnal Moneter*, 2.
- Suprihanto. (2018). *Manajemen*. UGM PRESS.
- Suryani, d. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Marketplace LAZADA Kota Bandung). *manajemen*, 30.
- Swarjana, I. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Tia Nadila, N. J. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA POS LOGISTIK PALEMBANG. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI*, 4.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andy.
- Waani. (2022). perbedaan sikap konsumen dalam keputusan pembelian. *jurnal unsrat*, 28.