

Daftar Pustaka

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Agius, M. (2015). *E-Sports as a Niche Tourist Attraction: An International Exploratory Study*. (Skripsi, University of Malta). Diakses dari <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/8064>.
- Andrianto, T., & Sugiama, G. (2016). The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java. *Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia*, 144–150.
- Angosto, S.S. (2014). *Design and Validation a Questionnaire of Perceived Quality in Popular Sport Event (CAPPEP)*. (Tesis, Universidad de Murcia). Diakses dari <http://hdl.handle.net/10201/45534>.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asabuwa Ngwabebhoh, F., et al. (2020). Preparation and characterization of nonwoven fibrous biocomposites for footwear components. *Polymers*, 12(12), 1–18.
- Bouchet, P., Lebrun, A., & Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: A comprehensive model. *Journal of Sport and Tourism*, 9(2), 127-140.
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of Visitors Attending Festival Events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Dilek, S. E. (2019). E-Sport Events within Tourism Paradigm: A Conceptual Discussion. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3 (1), 12–22.
- Diva, A. S. (2021). *Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Objek Wisata Di Kecamatan Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil*. (Disertasi doktoral, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Diakses dari <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16317>.
- Efrida, V. R., Sudiarta, I. N., & Mahadewi, N. P. E. (2017). Pengaruh Persepsi Ekowisata terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan di Monkey Forest Ubud, Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 5(1), 53-59.

- Funk, D. C., Pizzo, A. D., & Baker, B. J. (2018). eSport management: Embracing eSport education and research opportunities. *Sport Management Review*, 21(1), 7-13.
- Gholipur, H.F., et al. (2020). Is outstanding performance in sport events a driver of tourism? *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 1-8.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, H. J. (1998). Active Sport Tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155–170.
- Goetomo, F. (2016). *Esports in Korea: A study on League of Legends team performances on the share price of owning corporations*. (Tesis, Claremont McKenna College). Diakses dari https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=2446&context=cmc_theses.
- Griffiths, M. D., Davies, M. N., & Chappell, D. (2004). Online computer gaming: a comparison of adolescent and adult gamers. *Journal of adolescence*, 27(1), 87-96.
- Hasibuan, Y. J. (2018). *Pengaruh Motivasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Kembali ke Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun. (Skripsi, Universitas Sumatera Utara)*. Diakses dari <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/8399>.
- Heryana, A. (2019). Hipotesis dalam Penelitian Kuantitatif. Program kesehatan Masyarakat, Universitas Esa Unggul, 2, 1–16.
- Horne, J. (2012). The Four ‘Cs’ of Sports Mega-Events: Capitalism, Connections, Citizenship and Contradictions. *Olympic Games, Mega-Events and Civil Societies*, 31–45.
- Hudah, M. (2017). Sport Tourism Sebagai Strategi dan Tantangan Perkembangan Sosial Olahraga dalam Kehidupan Masyarakat. *Prosiding Seminar KeIndonesiaan II*, 685-706.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223.

- Kawung, A. V., Poluan, R. J., & Rondonuwu, D. M. (2016). Persepsi dan Sikap Wisatawan terhadap Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang di Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. *Spasial*, 3(1), 66-74.
- Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(1), 25–39.
- Kirom, N. R., Sudarmiati, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Ko, Y. J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(3), 304–322.
- Ko, Y.J., et al (2021). Assessment of event quality in major spectator sports: Single-Item Measures. *Journal of Global Sport Management*.
- Kristiyanto, A. (2019). Komodifikasi Olahraga Untuk Penguatan Daya Tarik Pariwisata Minat Khusus (Meramu Potensi, Aspek Keberlanjutan, dan Daya Saing Sport Tourism). *Prosiding Seminar Nasional IPTEK Olahraga (SENALOG)*, 2(1), 1-8.
- Kusuma, C. S. D. (2016). *Modul Manajemen Event*. Tidak dipublikasikan. Sleman: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lupikawaty, M., Wilianto, H., & Sriwijaya, P. N. (2013). Potensi Sport Tourism Di Kota Palembang: Perspektif Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 3(2), 128–136.
- Malinda, J. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak Di Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(2).
- Manus, F.W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*, 3(2), 695–705.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2), 144–156.

- Masjhoer, J., Susetyarini, O., & Nur, P. (2018). Implementasi Sport Tourism dalam Pemanfaatan Potensi Sungai di Indonesia Studi kasus: International Musi Triboaton 2015. *Proceeding STIPRAM National Conference on Tourism*.
- Murianto. (2014). Potensi Dan Persepsi Masyarakat Serta Wisatawan Terhadap Pengembangan Ekowisata Di Desa Aik Berik, Lombok Tengah. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1(1), 43–64.
- Noor, A. (2013). *Manajemen event*. Bandung: Alfabeta.
- Oroh, S., Mananeke, L., & Sangkaeng, S. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Parastiwi, F. D., & Farida, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Word-Of-Mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 68-76.
- Peramatasari, U., & Lawelle, A. (2019). Hubungan Antara Persepsi dengan Tingkat Kepuasan Konsumen pada Lokasi Pariwisata Pulau Bokori Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 4(3), 171–177.
- Pirci, T.K., & Dalgic, A. (2021). Relationship Between e-Sports and Tourism: An Evaluation from Organizers and Participants. *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)*, 2(2) 108-124.
- Putu Eka Wirawan, & Semara, I. M. T. (2021). Modul Pengantar Pariwisata (Vi, Vol. 4, Issue 1). IPB Internasional Press.
- Rachman, D. A., Ariani, N. M., Nyoman, N., & Aryanti, S. (2017). Persepsi Pengunjung terhadap Kualitas Event Malang Flower Carnival (mfc) Sebagai Atraksi Wisata di Kota Malang. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 1(2), 210–227.
- Respati, R.D., & Dani, L.A. (2020). Pengaruh Persepsi Wisatawan pada Atribut Produk dan Brand Image Terhadap Motivasi Berkunjung Kembali Wisatawan ke Theme Park Citra Raya World of Wonders Cikupa Tangerang. *wisataMuh: Journal of Tourism*, 1(1), 1-20.
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.
- Sangadji, E. ., Sopiha., Nikoemus, W.K. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- Santosa, P. B. (2013). Analisis Permintaan Obyek Wisata Masjid Agung Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(2), 94-108.
- Sari, N. W. (2018). Pengaruh Persepsi Wisatawan Pada Daya Tarik Objek Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang. *Advanced Optical Materials*, 10(1), 177.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Shobian Jr, M. S. (2016). *Factors Affecting Spectators' Decision in Attending Minor League Baseball Home Games*. (Disertasi doktoral, Cleveland State University). Diakses dari <https://engagedscholarship.csuohio.edu/etdarchive/949>.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. T. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Golongan 1 Di Universitas Katolik Parahyangan. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 211-232.
- Suwardjoko P. Warpani, & Indira P. Warpani. (2008).. *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.
- Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Utami, V. K., Tanujaya, D., & Jokom, R. (2015). Analisa faktor yang penting dari dimensi electronic word of mouth (eWOM) bagi konsumen dalam memilih hotel di situs online travel agent (OTA). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 78-86.
- Vann der Wagen, L., & White, L. (2010). *Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting Events (4th ed)*. New South Wales: Pearson Education Australia.
- Vegara-Ferri, J. M., et al. (2020). Evaluation of the tourist perception of the spectator in an eSport event. *Publicaciones*, 50(1), 371-384.
- Walgito, B. (2015). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Widya, W. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan PT. Esa di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 2(2), 544–550.

- Wiwin, I. W. (2017). Wisata Minat Khusus sebagai Alternatif Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bangli. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 2(2), 42–52.
- 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.
- Yana, I. G., Astra, I. B., & Suwiwa, I. G. (2021). Persepsi Wisatawan terhadap Potensi Pariwisata Olahraga Wahana Canyoning. *Indonesian Journal of Sport & Tourism*, 3(1), 26-34.
- Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, Ö., Şahin, S., & Ulama, Ş. (2018). A Conceptional Research on Determining the Tourism Potential of Electronic Sports Events: e-Sports Tourism. *The Journal of Kesit Academy*, 4(16), 341-353.
- Yusup, M., & Sutopo. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. (Skripsi, Universitas Diponegoro). Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/29032/>.
- ZaI, T. L. C. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara*. (Tesis, Universitas Sumatera Utara). Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/21232>.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services marketing strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*.