

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. 1998. Building Strong Brands. New York: The Free Press.
- Adriyati, R., dan F. Indriani. 2017. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. Jurnal Diponegoro Management, 6(4):1-14.
- Akdon dan Ridwan. 2013. Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Andersson, P., dan Karlström, K. 2014. Factors influencing a customer's loyalty in B2B relationships. Halmstad University.
- Anggraini dan Prabowo. 2013. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap brand image Arum Wisata Agro. Jurnal Manajemen, 3(4):12-24.
- Artani, R. D., dan R. Rinaldi. 2020. Hubungan sense of humor dengan kualitas persahabatan pada remaja. Jurnal Riset Psikologi, (4).
- Budi, S. A., S. Muchsin, dan R. W. Sekarsari. 2020. Dampak sosial ekonomi pengembangan kawasan destinasi agrowisata petik jeruk (Studi kasus di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang). Respon Publik, 14(5) : 48-54.
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2021. Statistik Indonesia Tahun 2021. Jawa Timur: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2022. Statistik Indonesia Tahun 2022. Jawa Timur: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2023. Statistik Indonesia Tahun 2023. Jawa Timur: Badan Pusat Statistik.
- Baharta, E. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan Ke Pesona Alam Puncak. Jurnal AKRAB JUARA, 4(2):225-240.
- Bintarti, S., dan Kurniawan, E. 2017. A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. European Research Studies Journal.
- Cakim, M.I. 2010. Implementing Word Of Mouth Marketing : Online strategies to identify influencers, craft stories, and draw customers. New Jersey : John Wiley dan Sons, Inc.
- Cheung, C. M. K., dan Lee, M. K. O. 2012. What drives Consumers to spread Electronic Word Of Mouth in Online Consumer-opinion platforms. Decision Support Systems, 53(1), 218–225.
- Databoks. 2021. Provinsi Tujuan Wisatawan Nusantara Terbanyak pada 2021.

- Djarmiko, T., dan Pradana, R. 2016. Brand Image and Product Price; Its Impact for Revisit Intention on Kedai Sahara. *Procedia Journal Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227.
- Edward. 2007. *Word of Mouth dan Satisfaction*. Salemba Empat: Jakarta.
- Engel, J.F., dan Gibson. 2000. *Perilaku konsumen* (Edisi Keenam Jilid 1). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fahrudin. 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Studi Kasus Konsumen Go-Jek Di Jakarta Selatan). Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fakur. 2020. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat berkunjung ke Objek Wisata Asia Farm Pekanbaru. Skripsi, Universitas Islam Riau.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Wisatawan, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Finanda, I. R., dan Wiwaha, A. 2017. Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Kembali Penggunaan Salon Kecantikan Pada Wisatawan Mil Off Beauty Bar. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 134–140.
- Firdha. A. 2020. Pengaruh Getok Tular Daring Pada Niat Berkunjung Kembali Ke Sumatera Barat Sebagai Destinasi Wisata Halal. Skripsi, Universitas Gadjah Mada.
- Ghozali, i. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., and Laten. 2015. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gremler, D., Gwinner, K. dan Brown, S. 2001. GeneRating positive word-of-mouth communication through customer-employee relationships. *International Journal of Service Industry Management*. 12. 44-59.
- Griffin, dan R.J. Ebert. 1898. *BISNIS*, edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Gusti., G.P.Sasrawan., dan N.G.A.Susrami. 2019. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Motivasi dan Minat Wisatawan Domestik Berkunjung Ke *Sanur Village Festival*. *Jurnal IPTA*, 7(2):124-135.
- Hair, J.F., Hult, G. Tomas M., Ringle, Christian M., Sarstedt, dan Marko. 2014. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Hairul. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bento Cafe Yogyakarta). Skripsi.

- Handayani, D., Andrizal, Darmaja,A., Nasution,R.F. dan Ridwansyah,A. 2011. The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Hartono. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. BPFE. Yogyakarta.
- Hellier. 2003. Customer Revisit Intention A General Structural Equation Model.
- Hurlock, E.B. 2006. Psikologi Perkembangan. *Erlangga*: Jakarta.
- Helma dan Siti. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang di Klinik Rumah Zakat Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 2(3):12-33.
- Hermanto. 2022. Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Ibrahim, Aliftsa dan Yuliati, A. L. 2017. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kunjungan Kembali (studi Pada Wisatawan Waroeng Steak and Shake Jl. Banteng No. 14 Bandung). *EProceedings of Management*, 4(2).
- Indah. 2011. Kualitas Pelayanan Kampung Anggrek Berpengaruh Positif terhadap Brand Image. *Jurnal Agronomics*, 2(3):12-27.
- Ismagilova,E., Dwivedi,Y.K., Slade,E. dan Williams,M.D. 2017. Electronic Word Of Mouth (eWOM) in the Marketing Context. Cham, Switzerland : Springer Nature.
- Jasaputra,D.K., dan Slamet, S. 2008. Metodologi Penelitian Biomedis: Edisi 2. Bandung: Danamartha Sejahtera Utama.
- Jelita. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Kunjungan Kembali dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Toko Fladeo Ladies Di Jakarta). Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Juli, K. 2020. Pengaruh Lokasi, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Agro Purwosari Kecamatan Mijen Kota Semarang. Tesis, Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H.M 2011. Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kadek,A.D., dan P.G. Sukaatmadja. 2022. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Revisit Intention di Era New Normal. *Jurnal Manajemen*, 11(4): 702-721.
- Kampung Coklat. 2022. Data Pengunjung dalam Kampung Coklat Selama Tahun 2022. Diakses pada 10 Juli 2023.
- Kharisma., Gusti. 2021. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Lagi. *E-Jurnal Manajemen*, 10(12): 1469-1489

- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. New York : Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H. dan Huan, H.D. 2017. *Marketing for competitiveness : asia yang mendunia pada era wisatawan digital*. Yogyakarta : Bentang Pustaka.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Marketing Management 15th global edition*. New York: Pearson.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *A Framework for Marketing Management 6th global edition*. New York: Pearson.
- Kotler, P., K.L. Keller., dan A. Chernev. 2022. *Marketing Management 6th global edition*. New York : Pearson.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., dan Tumbuan, W. A. 2015. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Kunjungan Kembali. *Jurnal Philius*, 15(05), 777.
- Mukarromah, F. 2019. Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Sumber Adventure Centre (SAC) Kutoarjo. *Jurnal Putra Bangsa*, 1-8.
- Nabila, N. 2017. Pengaruh word of mouth terhadap brand image dan kunjungan kembali pada kafe kolong Jember. *Jurnal Manajemen*, 2(4):123-142.
- Nauvallia, S., dan Martini, E. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Gita Savitri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Femme Outfit Di Media Sosial Instagram. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Nurliana, S. R. M., D. F. Putra, dan S. H. Sakdiyah. 2020. Makna pembangunan agrowisata kebun belimbing bagi masyarakat Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. *JPIG (Jurnal Pendidikan dan Ilmu Geografi)*, 5(1): 67-80.
- Nyilasy, G. 2006. Word of mouth: what we really know—and what we don't. Dalam buku. Kirby J, Marsden P. *Connected Marketing*. London: Butterworth-Heinemann.
- Pramesti, I.A.C., dan G.B. Rahanatha. 2019. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 8(1):7073 – 7101.
- Pramunira, A., dan Kuniawati. 2023. Tingkat Kepercayaan dan Minat Pelanggan Berkunjung Kembali Terhadap Restoran Fast Food Yang Sudah Bersertifikat Halal. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1): 1117-1132.
- Prasmatiwi, F. E., R. H. Ismono, D. A. H. Lestari, dan Y. Saleh. 2020. Pengembangan agrowisata berbasis potensi desa paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 1(1).
- Prihantara, D.O. 2018. Strategi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Kabupaten Kutai Kartanegara

(Studi Kasus Objek Wisata yang Dikelola Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara). Tesis Magister, Institut Teknologi Kalimantan.

- Rahayu. 2021. Pengaruh Getok Tular, Citra Destinasi dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Wisata Bukit Rhema Saat Pandemi Covid-19. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Reza, A.H., A.W. Puspitasari, Haeruddin, Yulianti, I. Hardi, R.A. Yusuf, dan A.R. Amelia. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek di Rumah Sakit Umum Sisaldjufrie Palu. *Jurnal Ekonomika*, 7(1):171- 184.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Consumer Behaviour* 7 th. Edition (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Sernovitz, A. 2012. *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Wisatawan: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media.
- Smith, J.M. & Van Ness, H.C., 2005. *Introduction to Consumer Behaviour*. McGraw-Hill Book Company, Inc., New York.
- Stylos, Nikolaos, et al. 2016. *Elsevier Tourism Management*. Destination Images, Holistic Images and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention to Revisit a Destination, 41-42.
- Sujana, I. G. 2020. Meningkatkan hasil belajar ipa melalui penerapan metode inkuiri terbimbing. *Journal of Education Action Research*, 4(4).
- Sujarweni, V.W. 2014. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sutisna dan Pawitra. 2002. *Perilaku Wisatawan dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sultan, Mokh Adib, Tulus Haryono, Haryanto Budhi, Riani Asri Laksmi. 2012. Proses Pembentukan Perilaku Niat Wisatawan Berkunjung Kembali. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16.
- Suryani. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan. *Jurnal Manajemen*, 2(3):23-35.

- Som.,Ahmad .,Puad dan Mat. 2012. Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia, *International Journal of Marketing Studies*, 4(4): 39-50.
- Tjiptono dan Gregorius. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, I. N., & Tamami, N. D. B. 2021. Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 14(1), 51-60.
- Wantara. 2021. *Brand Image and Brand Loyalty for Customer*. Jakarta.
- Wright,M.T. 2015. *Fizz : Harness the power of Word Of Mouth Marketing to drive brand growth*. New York : McGraw-Hill Education.
- Yamin,S dan Kurniawan, H. 2014. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta : Salemba Infotek.
- Yuliati, E. 2017. Pengaruh getok tular terhadap kunjungan kembali pada Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1):113-128.
- Yusup, F. 2018. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Yolanda, R., dan Soesanto, H. 2017. Pengaruh persepsi kualitas produk, daya tarik promosi, dan brand ambassador terhadap kunjungan kembali dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 6(2): 1–12.
- Zeithaml, V. A. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Business.