

## DAFTAR REFERENSI

- Ain, Nurul dan Ratnasari, Ririn Tri. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *JESTT* . Vol. 2 No. 7.
- Amalia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 666.
- Andriadi, A., & Untarini, N. (2013). Akmal Andriadi dan Nindria Untarini: Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.
- Aresa, Della. (2012). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap *Repurchase Intention* Studi Pada Pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok.
- Artegur, S.(2013). *The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: Application in Alanya*. *European Journal of Business and Management*, 5 (13): 124- 136.
- Bitner, M.J. (1992). *Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees*”, *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 2, pp. 57-71.
- Busana, P., Zoya, M., & Surabaya, D. I. (2015). *No Title*. 2(7), 553–569.
- Coban, S. (2012). *The Effect of The Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia*. *European Journal of Social Sciences*, 29 (2): 222 – 232.
- Firmawan Adixio, R., & Saleh, L. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 151.
- Hanif, A. (2016). Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). 38(1), 44–52.
- Hayati, F., Levyda, & Budiharty, S. (2016). Pengaruh Citra Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali : Studi Kasus Di Kabupaten Padang Pariaman. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 796–807.
- Heizer, J., and Render, B. (2005). *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, Render. (2009). *Operations Management*, Manajemen Operasi. Penerjemah Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
- Helmi, S. (2018). *Pengaruh Servicescape terhadap Customer Loyalty Wisata pantai melalui Satisfaction , WOM dan Social Media*.
- Hidayat, T. T. N., Chalil, & Sutomo, M. (2017). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Telaga Taming. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(2), 201–212.

- Hightower Jr, R., & Shariat, M. (2009). *Servicescapes Hierarchical Factor Structure Model*. *Global Review of Business and Economic Research*, 5 (2), 375-398.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan ketiga. Bandung: Alfabeta, CV.
- Kharani. (2009). Analisis Variabel yang Berpengaruh terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara yang Berwisat ke Yogyakarta periode 2007 – 2009. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerjemah Bob Sabran, Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2011). *Marketing Management, 14th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler. P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2010). *Service Marketing*. USA: Pearson.
- Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz. (2011). *Service Marketing People, Technology, Strategy*. 7th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Hall.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahasuwerachai, Oatcharaporn, Hailin Qu. (2011). *The Impact Of Destination Image On Value, Satisfaction And Loyalty: Moderating Effects Of Tourists Characteristics And Involvement* School of Hotel and Restaurant Administration Oklahoma State University.
- Maisaroh, E. (2014). *Purchasing Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pengunjung Domestik Wisata Benteng Vredebung)*. 002, 1–16.
- Manado, D. I. K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (n.d.). *ISSN 2303-1174*. 2(3), 1715–1725.
- Meng, S.M., Gin S.L. and Shih H.Y. 2011. The Relationship of Cruise Image, Perceived Value, Satisfaction and Post-Purchase Behavioral Intention on Taiwanese Tourist. *African Journal of Business Management*, 5(1):19-29.
- Merek, P. C., Merek, K., & Kualitas, D. A. N. (2015).
- Nurhayati dan Wahyu Wijaya Murti. 2012. Analisis Faktor-Saktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added*, 8 (2):47-62.
- Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). Pengaruh Servicescape dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11–15.
- Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention*. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227–237.

- Prastyaningsih, Ayu Sari, (2014), Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 16 No. 1 November 2014*.
- Prastyaningsih, et al. (2014). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* (Niat Membeli Ulang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–8.
- Saladin, Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya
- Simpeh, K.N. et al. 2011. *Servicescape and Customer Patronage of Three Star Hotels in Ghana's Metropolitan City of Accra*. *European Journal of Business and Management* Vol. 3, No.4, pp.119-131.
- Suhartanto, A. (2018). Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, Dan *Word of Mouth* Studi Kasus Pada Hotel Manohara Center of Borobudur Study.
- Susanto, A.B. (2008). Membangun Merek Produk. Penerbit *Quantum* Bisnis dan Manajemen, Jakarta.
- Syam, Nina W. (2010). Komunikasi Pariwisata Di Indonesia. Bandung: *News Publishing*.
- Tjiptono, Fandy. (2007), Pemasaran Jasa. Banyu media *Publishing*, Yogyakarta.
- Tombokan, F., Kawer, L., Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado. 3(3), 552–561.
- Wahyu, A. (2009). Manajemen Operasional Jasa. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wahyuningtyas, R. A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–10.
- Wardani, D., Paramita, P., & Minarsih, M. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada *Repurchase Intention*. *Journal of Management*, 02(02).
- Wasesa, Silih Agung. (2006). *Strategy Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia
- Yaqian, Z. (2011). The Impact of CostumerBased Brand Equity on Revisit Intentions: An Empirical Study of Five Shanghai Budget Hotels. *AUGSB* Vol. 4, No. 1.
- Yuliantina, G. A., & Siswhara, G. (2016). Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kulkul Boutique Resort Bali. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 3(1), 547.
- Zakia, S. Z., & Farida, N. (n.d.). Pengaruh Produk Wisata dan *Word OF Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.