

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Assaker, G. (2014). Examining a hierarchical model of Australia's destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 20(3), 195 – 210.
- Biro Hukum dan Komunikasi Publik (2015, August 26). "Pariwisata Kini Jadi Andalan Pendulang Devisa Negara" July11, 2017. www.kemenpar.go.id diakses tanggal 11 Juli 2017, Hari Selasa, jam 02:51.
- Budhiana, N. (2016, September 28). "Kemenpar Kejar Target 20 Juta Wisatawan Asing Pada 2019". December 27, 2016. <https://m.tempo.co/read/news/2016/09/28/090808111/kemenpar-kejar-target-20-juta-wisatawan-asing-pada-2019>, diakses tanggal 27 Desember 2016, Hari Selasa
- Budi, "Padang Panjang, Permata Mungil di Ranah Minangkabau" 30 Agustus 2016. <http://www.pasbana.com/2016/08/padang-panjang-permata-mungil-di-ranah.html>, diakses tanggal 23 Juli 2017, Hari Sabtu jam 0:15
- Chin, W.W., Marcolin, B.L., & Newsted, P.R. (1996). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effect: result from a Monte Carlo simulation study and and voice mail emotion/ adoption study. *Proceedings of The Seventeenth International Conference on Information Systems*.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumatera Barat
- Ghozali, I., & Hengky L. (2012). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI*. Semarang: Undip
- Hair, J.F. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2008). *Multivariate data analysis*, 6th ed., NJ, Pearson Prentice Hall.

- Hanif, A., Kusumawati A., & Mawardi M.K. (2016). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan (studi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 38.
- Ikhsan, A.H. (2016). Analisis pengaruh jumlah obyek wisata, jumlah wisatawan, dan PDRB terhadap pendapatan retribusi di 5 kabupaten/kota Daerah Istimewa Yogyakarta (2011-2014).
- Jatmiko, R.D., & Andharini S.N. (2012). Analisis experiential marketing dan loyalitas pelanggan jasa wisata (studi pada taman rekreasi Sengkaling Malang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.14.
- Kertajaya, H. (2004). *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khansa, V. R., & Farida N. (2016). Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan domestik Kebun Raya Bogor).
- Khaerudin, U.M. (2015). Pengaruh experiential marketing terhadap keputusan wisatawan mengunjungi kembali objek Agrowisata Kaligua.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. edisi 12, jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-13, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Loi, L.T.I., So, A.S.I., Lo, I.S & Fong, L.H.N. (2017). Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction? the case of Macao. *Journal of Hospitality and Tourism Management*.

- Putra, G.B.S., Kumadji S., & Hidayat K. (2010). Pengaruh citra perusahaan terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung (survei pada pengunjung taman rekreasi PT.Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.2
- Putri, R.A., Farida N., & Dewi R.S. (2014). Pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata, dan experiential marketing terhadap loyalitas melalui kepuasan (studi pada pengunjung domestik taman wisata Candi Borobudur). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Priyambodo, RH (2011, May 8). "Time for N. Maluku to Become tourist destination". <http://www.antaranews.com/en/news/71168/time-for-n-maluku-to-become-tourist-destination>, diakses tanggal 27 Desember 2016, Hari Selasa.
- Priyanto, R., Widiartanto., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh produk wisata, destination image, dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (studi kasus pada pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rajesh, R. (2013). Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: a conceptual model, Vol. 11 No.3.
- Sach, I. (2010). *Ilmu Pariwisata*. Kementrian Kebudayaan Republik Indonesia, Jakarta.
- Sangkeang, S., Mananeke, L., & Oroh, S.G. (2015). Pengaruh citra, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, Vol.3, Hal. 1089-1100.
- Sartika, F., Ma'ruf, J.J., & Yunus, M. (2014). Pengaruh Produk dan Bauran Promosi Wisata terhadap Citra (Image) Destinasi dan Dampaknya pada Niat Wisatawan untuk Melakukan Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh. *Jurnal Manajemen*, Vol. 3 No. 1.

- Sayangbatti, D.P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan persepsi wisatawan tentang daya tarik destinasi terhadap minat kunjungan kembali di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, Vol.5
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*.
- Sekaran Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 1 (Kwan Men Yon, Penerjemah). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 2 (Kwan Men Yon, Penerjemah). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, Ebta. "Pengertian pariwisata menurut KBBI". 22 Desember 2016. <http://kbbi.web.id/pariwisata>, diakses tanggal 22 Desember 2016, Hari Kamis.
- Som, A.P.M., Marzuki, A., Yousefi, M., & AbuKhalifeh, A.N. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: a case of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 4, No. 4
- Stylos, N., Vassiliadis, C.A., Bellou. V., Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images, and personal normative beliefs: predictors of intention to revisit a destination. *Journal Tourism Management*.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sutrisno, B. (2013). Pengaruh atribut produk wisata tirta terhadap keputusan berkunjung di water park Bojongsari Indramayu.
- Svetlana, S., & Mills, J.E. (2010). Destination image: a meta-analysis of 2000 – 2007 research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6): 575-609.

- Tan, W.K. (2016). Repeat visitation: a study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing & Management*. Kainan University, Taiwan.
- Tasci, A.D.A. & Kozak.M. (2006). Destination brands vs destination images: do we know what we mean?. *Journal of Vacation Marketing*.
- Tetanoe, V.R., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh experiential marketing terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di Breadtalk Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No.1
- Thejasukmana, V.A., & Sugiharto, S. (2014). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap pembelian ulang konsumen The Vinnette (House of Bovin and Lynette) Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No.1
- Tim, “Empat Potensi Dipadu Jadi Satu” 23 April 2016. <http://harianhaluan.com/news/detail/52307/empat-potensi-dipadu-jadi-satu>, diakses tanggal 22 Juli 2017, Hari Sabtu jam 23:40
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Wilson, B., & Henseler, J. (2007). Modeling reflective higher-order constructs using three approaches with pls path modeling: a Monte Carlo comparison.
- Yoeti, O.A. (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas
- Zakia, S.Z., Farida.N., & Widiartanto. (2014). Pengaruh produk wisata, dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel intervening (studi pada obyek wisata Colo Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.