

## DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, Sailesh, Michelle Mekker, dan Jonas De Vos. 2023. Linking travel behavior and tourism literature: Investigating the impacts of travel satisfaction on destination satisfaction and revisit intention. *Elsevier*: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590198222002056?ref=pdf\\_download&fr=RR-2&rr=7cbc87b88b3b8952](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590198222002056?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=7cbc87b88b3b8952) Dikutip pada 23 Mei 2023 pukul 17.16 WIB.
- Agustinawati, A., Samsidar, S., Bahri, H., Juliana, J., & Pendi, P. 2021. THE INFLUENCE OF CUSTOMER-CENTRIC STRATEGY TOWARD TOURIST SATISFACTION. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBA)*, 1(2), 347–354. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i2.105>
- Ali, Muhammad, Muhammad Ilyas, Chaudhary Abdul Rehman. 2016. Impact Of Consumer Centric Marketing Mix Elements On Consumer Buying Behavior; An Empirical Investigation In Context Of Fmcg Industry Of Pakistan. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*. <https://www.arabianjbmr.com/pdfs/KD VOL 5 5/3.pdf> Dikutip pada 5 Mei 2023 pukul 20.34 WIB
- Anugraini, Febi, dan Ihsannudin. 2021. Determinasi Revisit Intention Wisatawan Wanawisata Sumber Biru Kabupaten Jombang Jawa Timur. *Journal trunojoyo* Vol. 2, 1. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience> Dikutip pada 8 Juni 2023 pukul 13.20 WIB.
- Apriliani, L. (2022). *Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4C Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Toko Sepatu Daerah Cilegon*. Google Scholar: repository.uinbanten.ac.id Dikutip pada 3 Juni 2023 pukul 20.08 WIB.
- Ardiansyah, putra. 2015. Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan giant hypermarket di surabaya. Diss. Stie perbanas Surabaya.
- Arianto, Yunus Handoko, dan Widi Dewi. 2023. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Imam Bonjol Hostel Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1). <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb>
- Aridayanti, D., Suryawardani, I., & Wiranatha, A. (2020). Millennial Tourists in Bali: Motivation, Satisfaction and Revisit Intention. *E-Journal of Tourism*, 27-36. doi:10.24922/eot.v7i1.58221 Dikutip pada 7 Juni 2023 pukul 14.32 WIB.

- Asiah, Siti Nor, Rah'mad Soe'oed, dan Hasbi Sjamsir. 2022. The Implementation of 7Ps Education Marketing Mix in Early Childhood Education Institution. Researchgate.net:  
[https://www.researchgate.net/publication/368797722\\_The\\_Implementation\\_of\\_7Ps\\_Education\\_Marketing\\_Mix\\_in\\_Early\\_Childhood\\_Education\\_Institution/link/63fa030bb1704f343f80bad2/download](https://www.researchgate.net/publication/368797722_The_Implementation_of_7Ps_Education_Marketing_Mix_in_Early_Childhood_Education_Institution/link/63fa030bb1704f343f80bad2/download) Dikutip pada 3 Mei 2023 pukul 9.03 WIB.
- Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. AMAR (Andalas Management Review), 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.25077/amar.4.1.1-17.2020>
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional November 2022*.  
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/01/02/1973/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-pada-november-2022-mencapai-657-27-ribu-kunjungan-dan-jumlah-penumpang-angkutan-udara-domestik-pada-november-2022-naik-1-06-persen-.html> Dikutip pada 27 Maret 2023 pukul 20.40 WIB.
- Basiya, R., dan Rozak, H. A. (2012). Kualitas dayatarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di jawa tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Br Tarigan, F. N., Sibuea, N., Mahuli, J. I., Pangeran, P., Siregar, I., & Gultom, F. 2023. Sosialisasi Pentingnya Teknis Komunikasi yang Baik, Ramah dan Familiar dengan Wisatawan. *Journal Liaison Academia and Society*, 3(2), 32-39.
- Freyedon, A., Negin, A. & Barzan, M. R. (2019). Investigating the effect of customer - Oriented mix Marketing on satisfaction and attraction of tourists to visit villages in Kurdistan province. *Journal of Economic and Social Research*, Vol 18(2) 2019, 97-105.
- Ghozali, I. 2012. Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS).
- Giantinus, A.P., P.N. Indah, dan E. Nurhadi. 2019. Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Di Kusuma Agrowisata Kota Batu Jawa Timur. *Berkala Ilmiah Agribisnis AGRIDEVINA*, 8(1), 48 – 57.
- Ginting, Ginta. 2019. *Pengertian dan Konsep-konsep Penting Pemasaran Jasa Pariwisata*. 123dok.com: <https://123dok.com/document/q0431jlz-pengertian-dan-konsep-konsep-penting-pemasaran-jasa-pariwisata.html> Dikutip pada 26 Maret 2023 pukul 23.03 WIB.

- H.-C.K. Lin, T.-H. Wang, G.-C. Lin et al. 2020. Applying sentiment analysis to automatically classify consumer comments concerning marketing 4Cs aspects. Elsevier: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1568494620306931> Dikutip pada 10 Mei 2023 pukul 14.31 WIB.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Andersson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. England: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. 2003. Customer Repurchase Intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762– 1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Heriyanto, Bambang. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. Surabaya: CV. Perwira Media Nusantara.
- Horner, Swarbrooke dan Horner, Susan. 2021. *Consumer Behaviour in Tourism 4<sup>th</sup> Edition*. New York: Routledge.
- <https://pariwisata.padang.go.id/pantai-air-manis>
- <https://sumbar.antaranews.com/berita/548763/sumatera-barat-kehilangan-potensi-35-juta-wisatawan-pascapandemi-covid-19>
- <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/hingga-oktober-2022-jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-3-92-juta-orang#:~:text=Nilai%20devisa%20pariwisata%20pada%202022,95%20miliar%2C%22%20jelas%20Sandiaga.>
- <https://www.piamanexplore.com/2022/11/seru-banyak-fasilitas-baru-di-pantai.html>
- Hudiono, Rudi. 2022. Gender dan Usia Muda: Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Kewarganegaraan* (6). Sinta.kemdikbud.go.id: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/download/50060/22562> Dikutip pada 30 Oktober 2023 pukul 14.21 WIB.
- Hutauruk, Martinus Robert. 2020. Keterterapan Bauran Pemasaran 4C pada Keputusan Konsumen untuk memilih Kafe Outdoor yang di Moderasi oleh Perilaku Konsumen dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Inossa*, 2(2), 81. Garuda.kemdikbud.go.id: <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2806321> Dikutip pada 6 Mei 2023 pukul 22.01 WIB.
- Irwansyah, Rudy. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Janna, N. M., & Herianto, H. 2021. *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*. Dikutip pada 6 Juni 2023 pukul 19.10 WIB.
- Jarad, Ghayth. 2020. Application of the 4Cs marketing mix in the digital environment. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* 24(10):2113-2122. *Researchgate.net*:  
[https://www.researchgate.net/publication/341457089\\_Application\\_of\\_the\\_4Cs\\_marketing\\_mix\\_in\\_the\\_digital\\_environment](https://www.researchgate.net/publication/341457089_Application_of_the_4Cs_marketing_mix_in_the_digital_environment) Dikutip pada 7 Juni 2022 pukul 23.34 WIB.
- Junifar, Imanda. 2021. *Pengaruh Bauran Promosi 4C Terhadap Kepuasan Pembelian Online dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening*. *Journal.lppmunindra.ac.id*:[https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_e\\_kons](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_e_kons) Dikutip pada 9 Mei 2023 pukul 18.12 WIB.
- Kaminski, J. 2016. Paradigm of sustainability development in Marketing. *Oeconomia*, 15(2), 63-73.
- Keno, Ade. 2022. Sekali Kunjungan ke Objek Wisata di Sumbar, Wisatawan Menghabiskan Uang Rp 1,2 Juta. Diambil dari <https://sumbar.jpnn.com/sumbar-terkini/1927/sekali-kunjungan-ke-objek-wisata-di-sumbar-wisatawan-menghabiskan-uang-rp-12-juta>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Krasnov, A. S., & Anisimov, A. Y. (2019). The significance of the 4C's concept in marketing for business structures. *Постулат*, (5), 15-15.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Le, Q. H. (2022). The effect of marketing mix 4cs on the domestic tourist's purchase decision - case study in Vietnam: Part 1\_a literature review. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 4373-4383. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS5.9561> Dikutip pada 7 Juni 2023 pukul 14.00 WIB.
- Le, Q. H., Nguyen, K. H., & Nguyen, T. Y. (2022). The effect of marketing mix 4cs on the domestic tourist's purchase decision - case study in Vietnam: Part 2\_research result. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 9384-9399. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS5.9562> Dikutip pada 1 Agustus 2023 pukul 20.10 WIB.



- Lee, Y., & Chi, Y. (2014). Structural equation model of risk perception of Rockfall for revisit intention. *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering*, 8(3), 657–661.
- Licina, A., Radtke, H., Johansson, C. (2018). Sustainability Marketing - Sustainability Marketing on the Chinese market. Thesis for Bachelor's Degree Business Administration, University of Boras.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Muhyiddin, Nurlina Tarmizi, Muhammad Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muttaqin, Ibnu. 2022. Purchasing Decisions Through the 4C Marketing Mix (To Customers of The Gade Coffee & Gold Bogor). *The Management Journal of BINANIAGA Vol. 7,11*. <https://media.neliti.com/media/publications/544846-purchasing-decisions-through-the-4c-mark-f3c28f9d.pdf> Dikutip pada 13 Mei 2023 pukul 15.23 WIB.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. 2023. Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Online dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Journal.lppmunindra.ac.id*:[https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_e\\_kons](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_e_kons) Dikutip pada 9 Mei 2023 pukul 18.12 WIB.
- Pambudi, Bimo Erga, dan Fanni Husnul Hanifa. 2022. *Analisis Bauran Pemasaran pada Kalih Coffee Tea and Spaces Purwokerto Tahun 2022*. Telkomuniversity.ac.id:<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/18775/18161> Dikutip pada 3 Mei 2023 pukul 08.35 WIB.
- Pradhan, Debasis, Tapas Ranjan Moharana, dan Garima Malik. 2022. Influence of celebrity, destination and tourist personality on destination attachment and revisit intention: Moderating roles of endorsement embeddedness, destination crowding

and gender. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol.27. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100754> Dikutip pada 25 Mei 2023 pukul 21.54 WIB.

Prodjo, Wahyu Adityo. 2016. Ini Tiga Tipe Wisatawan Nusantara yang Biasa Berlibur. Diambil dari <https://travel.kompas.com/read/2016/12/23/162400827/ini.tiga.tipe.wisatawan.nusantara.yang.biasa.berlibur>.

Rachmawati, T. S. (2017). *Faktor 4P, 3P, dan 4C Serta Aplikasinya Dalam Kegiatan Pemasaran Perpustakaan (Library Marketing)*. Lipi.go.id: Jurnal Dokumentasi dan Informasi, 28(1), 40-49. <https://jurnalbacapdiilipi.go.id/baca/article/view/103/45> Dikutip pada 8 Mei 2023 pukul 21.17 WIB.

Rahardjo, Mudjia. 2018. *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian*. repository.uin-malang.ac.id/2410/ Dikutip pada 11 Mei 2023 pukul 20.12 WIB.

Rosadi, R, Garnida, H., dan Syukri, M. 2023. Nilai Kondisi Jembatan Di Jalan Nasional Dengan Metode Bridge Management System (Bms) Pada Jembatan Wilayah Sumatra Utara. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 6(1), 116–123. <https://doi.org/10.31004/jutin.v6i1.14540>

Saefudin, Akhmad. 2017. Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” ke “4C (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economic*, 1, 17-23.

Saputra, N., Yuliana, Y., & Ferdian, F. 2021. Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).

Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A SkillBuilding Approach* (Seventh Ed). [https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5\\_102084](https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084)

Septiana, Taufik, Tinneke Hermina, dan Asep Saepuloh. 2020. Analisis Faktor Revisit Intention di Objek Wisata Situ Bagendit Garut. *Journal of Knowledge Management*, 14(1). <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JKM/article/view/1644> Dikutip pada 25 Mei 2023 pukul 22.13 WIB.

Seran, Renyrosari Bano, Elia Sundari, dan Muinah Fadhila. 2023. *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*. *Jurnal Mirai Management*, 8, 206-211.

Siripipattanakul, Sutithep, Supaprawat Siripipattanakul, Pongsakorn Limna, dan Pichakoon Auttawechasakoon. 2022. Marketing Mix (4Cs) Affecting Decision to be an Online Degree Student: A Qualitative Case Study of an Online Master's Degree in Thailand. Researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/359785540\\_Marketing\\_Mix\\_4Cs\\_Affecting\\_Decision\\_to\\_be\\_an\\_Online\\_Degree\\_Student\\_A\\_Qualitative\\_Case\\_Study\\_of\\_an\\_Online\\_Master's\\_Degree\\_in\\_Thailand](https://www.researchgate.net/publication/359785540_Marketing_Mix_4Cs_Affecting_Decision_to_be_an_Online_Degree_Student_A_Qualitative_Case_Study_of_an_Online_Master's_Degree_in_Thailand) Diakses pada 10 Agustus 2023 pukul 08.50 WIB.

Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. CV Alfabeta

Wahjono, Sentot Imam. 2023. *Manfaat dan bahaya ShopeePay dalam Masyarakat*. Researchgate.net: [https://www.researchgate.net/profile/Sofi-Ana-2/publication/369944476\\_Manfaat\\_dan\\_bahaya\\_penggunaan\\_shopeepay\\_dalam\\_masyarakat\\_Sofiana/links/6435ed8c20f25554da258a3e/Manfaat-dan-bahaya-penggunaan-shopeepay-dalam-masyarakat-Sofiana.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sofi-Ana-2/publication/369944476_Manfaat_dan_bahaya_penggunaan_shopeepay_dalam_masyarakat_Sofiana/links/6435ed8c20f25554da258a3e/Manfaat-dan-bahaya-penggunaan-shopeepay-dalam-masyarakat-Sofiana.pdf) Dikutip pada 1 Mei 2023 pukul 21.20 WIB.

Wijaksono, Rendy Ari. 2019. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.7 (2).

Yolandha, Friska. 2023. Lima Juta Wisatawan Kunjungi Sumbar pada Semester I 2023. Diambil dari <https://news.republika.co.id/berita/ryvaqj370/lima-juta-wisatawan-kunjungi-sumbar-pada-semester-i-2023>

Yuniati, Nining. 2018. Profil dan Karakteristik Wisatawan Nusantara (Studi kasus di Yogyakarta). *Jurnal Pariwisata Pesona* Vol. 3 (2), 175-190.

