

## DAFTAR PUSTAKA

- A Yoeti, O. (2014). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.
- Amrizi, S., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Tempat Wisata Bale Tani). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4(1), 55-66. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i1.295>
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, 1, 987-999.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Basiya R, & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata: Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisata & Perhotelan*, 11(2), 1-12.
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 126-137. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>
- Cheung, C. M. ., & Matthew K.O Lee. (2012). *What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms*. Decision Suport Systems.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14-22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). " Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeshop Semarang (Icos Cafe)". *Journal of Management*, 2(2), 1-13.

<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Halim, Fitria, Sherly, & Acai Sudirman. (2020). *Marketing Dan Media Sosial*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Hapsari, N. R., Lubis, N., & Widiartanto. (2014). PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBYEK WISATA UMBUL SIDOMUKTI KABUPATEN SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 249–259. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/6556>
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulut*. Media Presindo.
- Heri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Grasindo.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- Juwita, I., & Hariyanto, O. I. B. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 20–28. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/895>
- Kabu, M. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Tingkat Kunjungan Wisata ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Tourism*, 24–31.
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. In *Jurnal Nasional Pariwisata*. <https://lib.unnes.ac.id/5883/>
- Kotler, P., & Amstrong G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi*



- 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kumalasari, R., Gutama, W., & Pratiwi, D. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul. *Habitat*, 29(2), 65–75. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2018.029.2.8>
- Lempoy, N. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. . (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Emba*, 3(1), 1072–1083. <https://doi.org/10.1007/s00101-004-0690-4> [doi]
- Lin, C., & Wu Yi-Shuang. (2013). Electronic Word-of-Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image. *Proceedings of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, 29–47.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*, 1151–1160.
- Muharromah, G. L. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 152–164.
- Mulyantari Enny, A. T. R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1).
- Mursid. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Bumi Aksara.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
- Potter, W. J. (2021). *Digital Media Effects*. Rowman & Little Field.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Pengembangan*. UPP STIM YKPN.

- Priyanti, F., Istiqomah, & Aryati, I. (2020). Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial, Dan References Group Terhadap Keputusan Berkunjung ke De Tjolomadoe Kabupaten Karanganyar. *Ilmu Ilmiah Edunomika*, 04(02), 701–709.
- Rachman, M. M. (2017). The Influence of Work Culture on Job Satisfaction and Performance : A Study on the Employees of the Bank Jatim in Surabaya , East Java , Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 9(26), 30–39.
- Ramadhan, F. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Pantai Samudera Baru. *Journal of Management and Business*, 1(1), 43–50.
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Romadhoni, A., Nugroho, S. D., & Sudiyarto, S. (2021). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE AGROWISATA KAMPOENG ANGGREK KEDIRI. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 10(1), 59–68. <https://doi.org/10.33005/adv.v10i1.2615>
- Saputra, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang,(September). *Journal of Home Economics and Tourism*.
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (E. Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.
- Susanti, N. D., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 59–63. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i2.1424>
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-dasar Pariwisata*. Andi.
- Syaharul, A. R., & Saputra, S. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang. *Economica*, 6(2), 176–191. <https://doi.org/10.22202/economica.2018.v6.i2.2606>
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. PT Indeks.
- Utami, C. . (2017). *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Widyanto, A., Sunarti, & Pengestuti, E. (2017). PENGARUH E-WOM DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 45(1), 94–101.