

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice.Hall.
- Alawiyah, N. A., & Wulandari, R. (2024). The Influence Of Tourism Attraction, Facilities And Service Quality On Interest In Revisiting To Tourism Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. *Jurnal Doktor Manajemen*, 7(1).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Damayanti, L. S. (2019). Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris dalam Industri Pariwisata. *Journey*, 2(1), 71–82.
- Fetra, R., & Pradiani, T. (2023). The influence of price, facilities, and service quality on re-staying interest. *ADI Journal on Recent Innovation*, 4(2), 184-193.
- Ghozali, I. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, H. C., Sakti, R. D., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang 2020. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 7(2), 118-125.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Juita, R. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman Menurut Perspektif Ekonomi Syariah . *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Junensih, S. A., & Ratnawili, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga Dan Keamanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Suban Air Panas Curup. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2), 138-145.
- Kotler, P. dan Gary, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Gary, A. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13*.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Nisrina, R. M. (2019). Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Influencer Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik L'oreal Di Counter Matahari Departement Store Bandung Indah Plaza. Survey Pada Pengunjung L'orealcouter Matahari Departement Store Bandung Indah Pl. *Universitas Pasundan, Bandung*.
- Nurmala, S. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Siswa Untuk Melanjutkan Ke Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Kependidikan, Penelitian, Inovasi Pembelajaran*, 42(2).
- Putra, A. Y., & Suyuthie, H. (2022). Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Daya Tarik Wisata Pantai Sako Di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2833-2839.
- Putri, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 1-16.
- Qodriyah, H. L., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Estikowati, E. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena. *Majalah Ilmiah Warta Dhamawangsa*, 17(2), 752-762.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125-136.
- Rahmawati, N., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2021). The Influence Of Attraction, Location, And Service Quality On Revisit Intention To Sesaot Rural Tourism. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 10(1a).

- Renanita, T. (2015). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Dan Perilaku Berwisata Masyarakat Serta Implikasinya Bagi Entrepreneurship Bidang Pariwisata. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 4(1,2), 49-58.
- Salbiyah, S. (2020). Theory Planned Behavior Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Mahasiswa Dengan Cooperative Learning Tipe Jigsaw Sebagai Variabel Moderating Di Feb Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Balance*, 17(1), 82-89.
- Santoso, S. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sappewali, A. E. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Doctoral Dissertation, Universitas Bosowa).
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 189-196.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran*. Bandung: Alfabeta.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tanjung, A., & Panggabean, S. A. (2022). Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1470-1478.
- Tjiptono, F. (2016). *Marketing Jasa. Edisi 6*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo, A. (2023). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Yuriansyah. (2013). Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Budaya Pampang. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 1(2), 31-42.