

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alif Aldianto, F., Eko Sujianto, A., & Mashudi. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Strategi Positioning Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Economicus*, 17(1), 2615–8078.
- Anam, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 4(2), 22–34.
- Anggara, A. D. (2022). PENGARUH CITRA DESTINASI, MOTIVASI, FASILITAS, DAN E-WOM TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI TELAGA WAHYU MAGETAN. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Anisa, N. A., & Widjatkiko, A. G. (2020). Electronic Word of Mouth (E-Wom) , Celebrity Endorsement Dan Gaya Hidup Pada Minat Beli Produk Online Shop. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(10), 1514–1522. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i10.480>
- Ardiansyah, K., Sumar, & Nugroho, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu*

Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 11(1), 101–113.

<https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>

Asep Qustolani, Nita Hernita, E. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Tiket Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Panyaweuyan. *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN E-TOLL (Studi Pada Pengguna E-toll Card Di Cirebon)*, 1, 1–13.

Asia, N. (2023). Halaman Sampul. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2).

<https://doi.org/10.36294/jurti.v4i2.1845>

Audini, F. (2020). *Pengaruh fasilitas, lokasi, dan word of mouth terhadap keputusan menggunakan jasa bimbingan belajar step forward.*

Azizah, A. N. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Pada Toko Pasundan Pusat Dukuwaluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas)*. 1–118.

Damanik, Janianton dan Weber, H. F. (2015). *Perencanaan Ekowisata*. PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA.

Daulay, S. H. P. P. . (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.

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>
- Dilla, D., Raharjo, S., & Suprpto, H. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Ladaya Kutai Kartanegara). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 78–95. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.956>
- Endang Widayati, & Yoga Pradana Widiastuti. (2022). Pengaruh atraksi, lokasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Hutan Pinus Pengger Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(2), 199–218. <https://doi.org/10.36594/jtec/n2azd666>
- Event, P., Dan, F., Terhadap, L., Empiris, S., Sunday, P., & Kota, M. (2023). 1) , 2) 1. September.
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41. <https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Fitriani, D., & Nurhidayati, M. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur. In *Skripsi. Jurusan Ekonomi*

Syariah, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.*

Ghozali, I. (2018a). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.*”
Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*
(Edisi 9). Universitas Diponegoro.

Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(01), 64–76.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>

Hutagaol, C. D. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 2015. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KGXDM>

Ibnu Sina Hi. Jusuf, Laela, F. N. S. (2018). *Vol. 6, No. 1, April 2018*. 5(2), 1–18.

Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WOM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 164. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11163>

Kasmir. (2006). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan (CAPS (ed.))*.

Kedaton, M., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Promosi Flash Sale dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *SIMBA: Seminar Inovasi*

- Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 4, 1(1), 1–12.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2022). *No Title*.
- Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). Teori Of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology. *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, 3(2), 145–154.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management (Pearson Education In Terjemahan Bob Sabran (ed.) (Erlangga (ed.); 15th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kurniawan, R., & Hanifah, R. D. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Novotel Jakarta Gajah Mada). | 131 |, 15(1), 131–146.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat.
- MAHENDRA, R. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE MARKETING, ELECTRONIC WORD of MOUTH, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK FELLAS.CO. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Mahfudhotin, S., & Nurfarida, I. N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–6.
- Mahpudin, A. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap

- Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Candi Jiwa Batujaya Pada Masa Pandemi Covid - 19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://jurnal.unibrah.ac.id/index.php/JIWP>, 7(1), 391–402.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5850354>
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 817.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata terhadap Revisit Intention (Studi pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 170–179. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34251>
- Nafis, R. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 40–45.
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Pongok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 342–355.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran 1* (Edisi kedua).

Erlangga.

prima monique damarsiwi, E., & Wagini. (2018). Pengaruh Electronic Worth of Mouth Dan Citra Destinasi. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986(September 2018), 479–484.

Putri, M. A. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Restoran Warungk Upnorol Cinere). In *Skripsi Ilmu Manajemen Pemasaran Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.

Rahmansyah, Kusnadi, H. (2022). *PENGARUH EWOM DAN DAYA TARIK WISATA DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA EKOWISATA KAMPUNG BLEKOK DI KABUPATEN SITUBONDO DENGAN MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 1(1), 1–23.

Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

Reza, M., Neda, J., Reza, M., Neda, J., Jafari, A., Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). *Article information :*

Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>

- Rizal et al. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. september 2016, 1–6.
- 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>
- Rosdiana Aprilia, L., & Ardiansyah, I. (2022). Keputusan Berkunjung Wisatawan Berdasarkan Pengaruh Efektifitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Instagram. *Fame*, 5(2), 17–28.
- Rulita, Y. M., Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2021). Minat Kunjung Ulang Tirtosari View Desa Summersari Lumajang Ditinjau dari Citra Destinasi dan Fasilitas. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 4, 116–123.
- Siswantanang, p., A., Hasanah, K., & Setiawan, H. (2022). Seminar inovasi manajemen, bisnis dan akuntansi i. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 4, September 2022*, 2686–1771.
- Sodik, Nawangsih, & Lukiana. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 48–51.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27 ed.).

Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif edisi revisi*. 194.

Sulistiyorini. (2021). (*Studi Kasus di Objek Wisata Waturumpuk Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun*) SKRIPSI Oleh : SULISTYORINI
Pembimbing : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO 2021.

Tjiptono, F. (2012). *No Title* (Ed. 3). Andi.

Tjolomadoe, D. I. D. E., & Aryati, I. (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>

Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 379–390. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2013>

Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. wayan C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 190–209.

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Tinjauan Pustaka Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.