

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, F., & Wibawanto, D. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Online Stie Putra Bangsa Kebumen*, 05(02), 50–55.
- Andany, M. M., Made, R. N., & Puspadewi, S. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Museum Tekstil Jakarta. *Jurnal Salome: Multidisipliner Keilmuan*, 1(4), 255–263.
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7855>
- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9, 179. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p08>
- Aspita, R. D., & Sophian, S. (2023). Dampak Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Halal Kota Padang. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 178–191.
- Azizah, R. I., & AS, F. (2023). Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1689–1710. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.5791>
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2022). Hubungan kualitas pelayanan, physical evidence dan keputusan berkunjung : efek mediasi minat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(3), 253–266.

<https://doi.org/10.36407/serambi.v4i3.657>

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>

Gazzally, A. D. U. Al, Arinastuti, Muntahanah, S., & Masita, T. E. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. ... *Imiah Manajemen Dan ...*, 20(1), 30–42.
<https://mimb.unwiku.ac.id/index.php/mimb/article/view/167%0Ahttps://mimb.unwiku.ac.id/index.php/mimb/article/download/167/123>

Hana, K. F., Ramadhani, E. S., & Andini, R. (2022). Halal Tourism: The Relation of Destination Image, Facilities, and Subjective Norms. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 69–80.
<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v6i1.1169>

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>

Indriastuti, A. W. (2020). ANALISA DAYA TARIK WISATA, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DE TJOLOMADOE KARANGANYAR JAWA TENGAH. 6, 32–36.

Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). PENGARUH HARGA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Diponegoro Journal Of Management*, 02–11.

- Khoni'ah, N. U., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Bisnid Dan Akuntansi, September*.
- 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.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, *7*(4), 5505–5513.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, *5*(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Malikhah, S., Fadhilah, M., & Welsa, H. (2023). Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *8*(2), 1814. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479>
- Maria, A. D., Octafian, R., Palupiningtyas, D., Sunarko, I. H., Winata, M. A., & Sidabutar, P. E. E. (2024). Pengaruh Kepuasan Wisatawan Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Kota Lama Semarang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, *3*(1), 31–38.
- 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>
- Maula, I. (2020). *Pengaruh Akebilan, Word of MOuth dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang Jawa Barat. July*, 1–23.
- Murdani, R., & Martha, L. (2023). Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat

- Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 65–81. <http://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/view/616><https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/download/616/623>
- Mutia, S., & Ahmady, D. (2023). MANAJEMEN DIGITAL MARKETING DAN ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBYEK TAMAN WISATA CELOSIA GARDEN KABUPATEN ACEH JAYA. *Policy*, 01(2), 255–265.
- Nursoliah, & Sigit Wibawanto. (2023). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjung Ulang di Pantai Menganti Selama Pandemi Covid 19. *Journal of Creative Industry*, 1(1), 38–58.
- Perhutani. (2024). No. <https://www.perhutani.co.id/menikmati-sejuknya-air-terjung-ngadiloyo/>
- Perhutani, W. W. (2012). No Title. <https://wanawisataperhutani.blogspot.com/2012/12/wana-wisata-ngadiloyo.html>
- Praja, Y. (2023). Peranan Kepuasan Wisatawan Dalam Memediasi Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Yang Berdampak Pada Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ijen Geopark Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 281–295. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.927>
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 251–264. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>
- Purwanto, N., & Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dengan Mediasi Theory Of Planned Behavior Pada Obyek Wisata Halal Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 176–191. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14835>

- Rinto Dwiatmojo, & Isransyah Nur. (2019). Analisis Pengaruh Positioning Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Di Objek Wisata Kebun Raya Unmul Samarinda. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, *1*(2), 19–27. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v1i2.119>
- Sabri, S., Syarifudin, S., & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, *4*(1), 112–126. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.291>
- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan. *Indonesian Journal of Business and Management*, *5*(1), 122–132. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *12*(2), 582. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1193>
- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Al-Dzahab*, *2*(2), 93–105. <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>
- Setianingsih, P. W., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Pundensari Wilayah Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, *5*, 1–13.
- Tarigan, R. S., & Mary, I. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Destinasi Mice Puncak Siosar 2000 Kabupaten Karo bahwa setiap tahunnya , Tanah Karo masih menjadi pilihan bagi wisatawan . Namun , di tahun kualitasnya sehingga semakin dikenal dan . 2*(2).

- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Heredit Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Virtarini, A., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Electronic Service Quality Pada Akun Instagram @Exploresamarang Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengunjung Tempat Wisata Lawang Sewu, Sam Poo Kong Dan Masjid. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 316–332. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26369>
- 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>
- Wahyuni, S., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pascapandemi Covid-19 (Survei Pada Pengunjung Saung Bali Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 556–567.
- Yulianda, H., & Retno Sari, A. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan (Repeater Guest) Pada Objek Wisata Banto Royo. *JTSTI- Journal of Tourism Sciences*, 1(2).