

DAFTAR PUSTAKA

BPS KABUPATEN TANGGAMUS

BPS PROVINSI LAMPUNG

Afiyanti, S. N., Syaifulloh, M., & Mulyani, I. D. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal*.

Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>

Ayu, J. P. (2021). [No title found]. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223.
<https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1478>

Bahri, M. S., Tumini, T., & Sela, R. P. (2022). MENGUNGKAP BEBERAPA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(2), 312–319.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.324>

Fakhrana, A., Nasution, C. W., & Khadijah, K. (2022). FAKTOR DAN KONDISI YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN SOSIAL EMOSIONAL AUD DI MASA COVID 19. *Kumarottama: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(2), 149–158. <https://doi.org/10.53977/kumarottama.v1i2.388>

- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022c). *Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari*. 6(2).
- Intania, H. (2021). *ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS COFFEE DI JAKARTA*. 2.
- Khairunnisa, L., & Mursito, B. (2021). *Kepuasan pelanggan ditinjau dari kenyamanan, keamanan dan ketepatan waktu*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 476–490.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Maulana, M. I. N. (2021c). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ARTFRESH. *PERFORMA*, 5(6), 512–521.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Muhammad Nur Mialfi Salim, Indah Dewi Mulyani, & Nur Khojin. (2022). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA WISATA HUTAN MANGROVE KALIWLINGI BREBES. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 113–126.
<https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Mulyana, S. (2021). PENGARUH HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE

PADA SHOPEE DI PEKANBARU. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.

<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Njoto, D. P. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK. 3.*

Purba, H. (n.d.). *User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review.*

Putri, N. I. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Studi Kasus Layanan Gopay. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(1), 25–33.
<https://doi.org/10.36782/jemi.v4i1.2162>

Sari, F., & Suyuthie, H. (2020). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA GREEN HOUSE LEZATTA KABUPATEN AGAM. *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 1(2), 72–76.
<https://doi.org/10.24036/jkpbp.v1i2.6772>

- 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>
- Setyawan, A. D. (n.d.). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBJEK WISATA COBAN RAIS*.
- Sidabutar, D. K., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Pengelolaan Lingkungan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Kampung Wisata Sawah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1207–1212. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3203>
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESA WISATA KABUPATEN KERINCI*. 3(6).
- Tandijo, M. M. L., & Efrata, T. C. (n.d.). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN LEOPHONE*. 8(4).
- Wahyudi, W., & Herlan, M. (2021). Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang—Banten. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*, 9(2), 356. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p14>

- Yadnya, I. W. A. N., Gandhiadi, G. K., & Sari, K. (2023). MEDIASI KENYAMANAN BERWISATA PADA PENGARUH PENERAPAN PROGRAM CHSE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN. *E-Jurnal Matematika*, 12(1), 37. <https://doi.org/10.24843/MTK.2023.v12.i01.p397>
- Yulianti, S., Widagdo, D., & Si, M. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI CITILINK DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA (YIA)*.
- Zulzaman, Z., Bahtiar, B., & Marhadi, A. (2020). STRATEGI PROMOSI WISATA MAI TE WUNA SEBAGAI DAYA TARIK WISATAWAN DI KABUPATEN MUNA. *Jurnal Penelitian Budaya*, 5(1). <https://doi.org/10.33772/jpeb.v5i1.9095>