

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. D., & Nurfarida, I. N. (2024). *Efek digital marketing terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata dimediasi oleh minat berkunjung*.
- Anggraini, R., & Lupita, N. (2021). Pengaruh EWOM, Travel Motivation dan Destination Attractiveness terhadap Visit Intention di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 793–803.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.404>
- Astutik, D. N., & Purwanto, S. (n.d.). THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), E- SERVICE QUALITY AND SALES PROMOTION ON PURCHASE DECISION AT E-COMMERCE SOCO BY SOCIOLLAIN SURABAYA. . . *COSTING*.
- Auliya, F. N., Purwanto, H., Kadi, D. C. A., Kunci, K., & Tarik, D. (2024). *PENGARUH HARGA, FASILITAS WISATA, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI KEBUN BUNGA REFUGIA KABUPATEN MAGETAN*.
- Dewi, R., Musdawina, M., Musdawina, M., Ahmady, Z., Hr, M., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(03), 111–121.
<https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i03.169>
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136–1147. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.1053>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta*. 2.
- Harisstha, N. A. Z., Mahmud, M., Anomsari, A., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Guci. *Serat Acitya*, 13(1), 12–21.
<https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1320>
- Irawati, N., Hikmawati, M. M., & Utari, E. L. (n.d.). *PENILAIAN TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PENERAPAN PROKES DAN PERKEMBANGAN FASILITAS WISATA PERKEBUNAN TEH NGLINGGO*. 02(02).
- Mareta, R. K., Farida, N., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung melalui Electronic Word Of

Mouth (Studi pada Pengunjung Wisata Eling Bening). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33569>

Muhammad Saputra, Yusminar Wahyuningsih, Novita Sari, & Bimo Wira Gayo. (2024). Keputusan Wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Budaya di Kabupaten Tulang Bawang Barat Provinsi Lampung. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1), 33–49. <https://doi.org/10.30737/jimek.v7i1.5591>

Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). *THE EFFECT OF TOURISM AND IMAGE OF TOURISM OBJECT ON VISITING INTEREST IN KANONANG HILLS OF LOVE TOUR, WITH PANDEMI COVID 19 AS VARIABLES MODERATOR*.

Ningrum, M. A. (n.d.). *Pengaruh Implicit Endorsement In Tourism Advertising Terhadap Visit Intention Dengan Mediasi Beliefs Dan Attitude Towards The Destination Serta Moderasi Endorser-Destination Fit*.

Nursifa, D., Nurhasan, R., & Adiatma, D. (2024). PENGARUH AMENITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM RA. A. ADIWIDJAYA KABUPATEN GARUT. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1412–1427. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4625>

Prawira, D., & Putra, T. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang*. 6.

Pundissing, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra' Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 2(1), 71–84. <https://doi.org/10.47178/jesit.v2i1.1239>

Putri, M. A., Sarbaitinil, S., & Irwan, I. (2022). Motivasi Wisatawan Domestik Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Family Nagari Muara Kandis Punggasan Linggo Sari Baganti Pesisir Selatan. *AURELIA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 127–135. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.72>

Putri, P. P., & Edison, E. (2024). Pengaruh Travel Motivation dan Perceived Value Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Lebakmuncang Ciwidey. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(1), 107–128. <https://doi.org/10.32659/jmp.v3i1.345>

Romadhon, A. N., Widiartanto, W., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Destination Image Terhadap Decision To Visit (Studi Pada Pengunjung Owabong Water Park Purbalingga). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 994–1004. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30149>

Rosi, F., Rosi, F., & As, F. (2024a). Peran Citra Destinasi dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82.
<https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.569>

Rosi, F., Rosi, F., & As, F. (2024b). Peran Citra Destinasi dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82.
<https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.569>

Sari, N., & Saputra, M. (n.d.). *Pengaruh Intensity, Valence Of Opinion, Conten Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Provinsi Lampung*.

Simamora, S. U., & Syafina, L. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Pandan*.

Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (n.d.). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert)*.

Sri Rizki Asti Karini, R., & Tuffahati, Z. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata dan Harga Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan di Situ Cangkuang. *Manajemen dan Pariwisata*, 2(1), 53–67. <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.254>

Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 15–29.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>

Sulistio, L., & Talumantak, R. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Dunia Fantasi (Dufan). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 7(2), 298–309.
<https://doi.org/10.57093/metansi.v7i2.282>

Valencia, S., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(6), 363–378.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i6.1290>

Warman, B. P., Zulvianti, N., & Putri, H. M. (2024). PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN, DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE WISATA RELIGI MAKAM SYEKH BURHANUDDIN. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 4(3), 285–302. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v4i3.656>

Wulan Aktamati, A. F. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Gunung Telomoyo*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.11351808>

Wulandani, N. L. K. L. (2023). MOTIVASI DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KEBUN RAYA BEDUGUL PADA MASA PANDEMI. *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, 11(2), 427–431. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.4379>

Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE DAN REVISIT INTENTION (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang)*. 13(1).

T. W., & Setiadi, P. B. (2023). PENGARUH CITRA DESTINASI, SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN KEARIFAN LOKAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DESTINASI WISATA GRONJONG WARITI KABUPATEN KEDIRI. *Media Mahardhika*, 21(2), 226–236. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v21i2.554>

Afifah, U., & Soelistya, D. (n.d.-a). *Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik*.

Afifah, U., & Soelistya, D. (n.d.-b). *Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik*.

Aisyah, N. (2023). *Keputusan Berkunjung Wisata ke Dunia Fantasi (Dufan) Yang Dipengaruhi Oleh Fasilitas Tempat Wisata Dengan Loyalitas Sebagai Variabel Mediasi*. 2(1).

Alam, I. K. (n.d.). *Pengaruh Fasilitas Kantor, Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Radar Bogor*.

Auliya, F. N., Purwanto, H., Kadi, D. C. A., Kunci, K., & Tarik, D. (2024). *PENGARUH HARGA, FASILITAS WISATA, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI KEBUN BUNGA REFUGIA KABUPATEN MAGETAN*.

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>

Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2017). ANALISIS FAKTOR ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (EWOM) DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN

BERKUNJUNG WISATAWAN. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5515>

Kalalo, S. N. A., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). *THE INFLUENCE OF TOURISM PRODUCTS, PRICE PERCEPTIONS AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON VISITING DECISION IN CAMP JAMES REMBOKEN*.

Kristina, P. A., Saputra, P. E., & Noviasari, R. A. (n.d.). *Pengaruh WordofMouth(WOM), Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pinus Camp 2 Songgon*.

Maulidiyah, I. A. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA KABUPATEN SAMPANG*. 12.

Nasution, A. B., & Kurniawati, T. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Salingka Nagari*, 1(2), 101–109. <https://doi.org/10.24036/jsn.v1i2.26>

Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT KASIH KANONANG. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 821–832. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46555>

Putri, P. P., & Edison, E. (2024). Pengaruh Travel Motivation dan Perceived Value Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Lebakmuncang Ciwidey. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(1), 107–128. <https://doi.org/10.32659/jmp.v3i1.345>

Rosi, F., Rosi, F., & As, F. (2024). Peran Citra Destinasi dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82.

Simamora, S. U., & Syafina, L. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Pandan*.

Solichin, A., Resky Amalia, D. A., Katniaty, L., Wisudawati, T., Sulistyowati, E., & Saputro, W. A. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan: (Survei pada Pengunjung Gunung Api Purba Nglanggeran). *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(1). <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>

Ariza, W., & Harahap, L. M. (n.d.). *Pengaruh Fasilitas Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agrowisata Kebun Anggur Jagad Farm Binjai*.

Bagus Cahyo Nugroho. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Gunung Kelud Di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(3), 35–48. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i3.1401>

Hamzah, F., & Septiani, H. (2025). *PENGARUH EWOM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI ARUS LIAR ADVENTURE*. 7(1).

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>

Kusyanda, M. R. P., Damasanthi, I. A. R., & Andiani, N. D. (2024). TOURIST BEHAVIOR MODEL: PENGARUH MOTIVASI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PANTAI PENIMBANGAN. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 21(1), 45–56. <https://doi.org/10.23887/jptkundiksha.v21i1.73768>

Lidia, F., & Sanusi, U. (n.d.-a). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Mbeach Kalianda Lampung Selatan*.

Lidia, F., & Sanusi, U. (n.d.-b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Mbeach Kalianda Lampung Selatan*.

Listyorini, H., Supriyadi, A., Wuntu, G., Kristanto, F. H., & Ardiana, R. (2024). *PENGARUH CITRA DESTINASI, DAYA TARIK WISATA DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI DESA WISATA PENGLIPURAN BALI*. 6(2).

Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (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>

Mareta, R. K., Farida, N., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung melalui Electronic Word Of Mouth

(Studi pada Pengunjung Wisata Eling Bening). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33569>

Nawir, M., Regita, E., Munawati, M., & Akbar, M. (n.d.). *Kontribusi Wisata Bahari Terhadap Masyarakat Pesisir di Indonesia Dalam Perspektif Sosiologi Maritim*.

Putri, P. A., Herwati, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Promosi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Kampung Lali Gadget Kecamatan Wonoayu Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 8(2), 133–147. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v8i2.9206>

Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 32–39. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.527>

Safitri, D. L. H., Mursito, B., & Diyah, I. A. (2025). *KEPUTUSAN BERKUNJUNG DITINJAU DARI MEDIA PROMOSI, DAYA TARIK, DAN CITRA DESTINASI PADA WISATA TEGAL SIMBAH GIRIMARTO WONOGIRI*. 09(01).

Suci Nurul Fadiya & Adek Kurnia Fiza. (2024). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 59–69. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2306>

Wibisono, M. R., & Arifiansyah, R. (2024). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(1), 67–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>