

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Sawitri, D., Priyatna, N. M., & Wijayanti, T. C. (2022). peranan word of mouth didalam memediasi efektifitas digital marketing berbasis social media dan kepuasan pasien terhadap keputusan pasien rawat jalan untuk berkunjung di rumah sakit umum daerah waluyo jati. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Azzahra, A., & Mh Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 481–496. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.288>
- Erowin, E., Heriyadi, H., & Juniwati, J. (2023). Pengaruh daya tarik tawaran pesaing dan kemudahan pelayanan kredit terhadap keinginan meminjam dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi (studi pada anggota cu muara kasih). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 11(04), 236. <https://doi.org/10.26418/ejme.v11i04.62290>
- Hafizah Febiola & Hijriyantomi Suyuthie. (2023). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 01–13. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2287>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta*. 2.
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–206. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34405>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). analisis daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening: (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *Jurnal*

Manajemen Pemasaran, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

Istikhomah, D., & Susanta, H. (n.d.). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali*.

Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). pengaruh fasilitas serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan domestik objek wisata taman air tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 306–312. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37309>

Krisdayanti, C. (n.d.). *program studi manajemen fakultas ekonomi universitas tribhuwana tunggadewi malang*.

Krisnayani, N. K., Liestiandre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. (2021). pengaruh media sosial dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di pantai melasti, bali. *jurnal kepariwisataan*, 20(2), 134–143. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>

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*.

Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592.

Listyawati, I. H. (2019). *pengaruh fasilitas wisata, citra destinasi, dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan*N. 2.

Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). *pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi bagi pengembangan pemasaran wisata danau linow di kota tomohon*.

Malinda. (2021). Determinasi Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan: Analisis Daya Tarik dan Lokasi Wisata Pada Danau Talang Solok. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(1), 244–254. <https://doi.org/10.51903/kompak.v14i1.259>

Mulyana, M. (2019). *strategi promosi dan komunikasi* [preprint]. inarxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>

Murdani, R., & Martha, L. (n.d.). *Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan*.

Nilashi, M., Fallahpour, A., Wong, K. Y., & Ghabban, D. (2022). Customer satisfaction analysis and preference prediction in historic sites through electronic word of mouth. *Neural Computing and Applications*, 34.

<https://doi.org/10.1007/s00521-022-07186-5>

Nugroho, F. M., & Tjahjaningsih, E. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Shopeefood)*.

Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata danau cipondoh, kota tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>

Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). pengaruh harga tiket, fasilitas objek wisata, dan keamanan terhadap minat berwisata di objek wisata telaga ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5187>

Octafian, R., Aswan, M. K., Rachman, R. A., & Semarang, S. (2023). *peran produk, harga dan lokasi pada keputusan pembelian*. 5(2).

Paruntu, M. J., Mananeke, L., & Raintung, M. (2021). *analisis keputusan pembelian dan penggunaan media sosial terhadap kepuasan konsumen bukalapak di kota manado*.

Praestuti, C. (2020). *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire*. 10(1).

Ratnaningtyas, H., & Asmaniati, F. (2022). *the effect of 4p on the decision to visit ampera 2 tak veteran's restaurant bintaro, jakarta selatan*. 7(1).

simamora, s. u., & syafina, l. (n.d.). *pengaruh media sosial dan fasilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke pantai pandan*.

sophian, s. & irfan. (2023). pengaruh brand image dan harga tiket terhadap keputusan berkunjung ke wisata pulau mandeh kabupaten pesisir selatan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(1), 133–144.

<https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i1.1196>

Sudaryanto, S., Subagio, A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8, 85–92.

Suryati, L. (2021). *pengaruh strategi promosi melalui sosial media terhadap keputusan pembelian di café 38 coffee lab yang di mediasi electronic word of mouth marketing*. 3(1).

Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972>

Taning, N. P., Masyhudi, L., Hulfa, I., Idrus, S., & Martayadi, U. (2022). pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam aik nyet desa buwun sejati. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 379–392. <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i2.2173>

Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.

utama, I. H. (2020). *peran daya tarik iklan, kualitas produk, dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian pembersih wajah*. 7.

Wardhana, G. W. (2021). Peran Kualitas Pelayanan, Harga Tiket Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Puro Mangkunegaran Surakarta. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(2). <https://doi.org/10.32487/jshp.v5i2.1097>

Alma, & Tjiptono. 2010. Pengertian harga. Jakarta: Erlangga.

Anwar Sanusi. 2019. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Asri, N. 2018. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata dan Potensi Kearifan Lokal di Pantai Sayang Heulang Kab. Garut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1-4.

Assauri Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Efendi dan Udayana, 2015. Prinsip-prinsip Pemasaran. Andi Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks.

Kotler, Philip. Keller, K Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Erlangga: Jakarta

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. “Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi” Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269–278.
- Putra, A. Y., & Suyuthie, H. (2022). Persepsi Pengunjung tentang Fasilitas Daya Tarik Wisata Pantai Sako di Kota Padang Program Study D4. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2833–2839.
- Rahayu, Y. (2015). Pengaruh Harga Queen Star Waterpark terhadap Kepuasan Konsumen. *JOM FISIP*, 2(2), 1–12.
- 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–
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Edisi Pertama. Penerbit TransMedia Pustaka. Jakarta
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Kunjung pada Situ RawaGede. *Jurnal IKRAITH-Ekonomika*, 5(2), 146–156
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset