

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., & Sahin, P. (2016). *eWOM, eReferral and gender in the virtual community. Marketing Intelligence & Planning*.
- Ahmad, N., & Harashta, Z. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Guci. *Management & Accountancy in Practice Journal*, 13(1).
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Anggi. (2024). "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Gading Paradise Kebumen."
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kabupaten-kebumen. jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kabupaten-kebumen*
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia April 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/02/2350/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-april-2024-mencapai-1-07-juta-kunjungan--naik-23-23-persen>
- Febrilia, S., Setiadi, R., & Yulianto, A. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing. Sales Promotion, dan E-WOM terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Wisatawan Dewi Shinta Waterpark. *Journal Of Social Science Research*, 4, 5144–5156.
- Ghazali. (2013). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghazali. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hasan, A., & Niken, W. S. (2015). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESA WISATA NGLANGGERAN GUNUNGKIDUL Ali. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 224–238.
- Junaida E. (2024). *Pengaruh daya tarik wisata dan word of mouth terhadap keputusan wisata berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa*.
- KebumenKab, S. D. (2024). *Jumlah Objek Wisata*.
https://satudata.kebumenkab.go.id/index.php/web/detail_indikator_sektoral/1550
- Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 (PT Indeks (Ed.); Edisi Kedua)*.
- LINDA, R. (2023). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA LONTAR SEWU GRESIK*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

- Maulidini, S., & Khalid, J. (2023). The Effect of Tourist Attraction, Social Media, and Price Perceptions on the Decision to Visit in Bogor. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(2), 231–248.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (Edisi Ke 1). McGraw-Hill.
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). THE EFFECT OF TOURISM ATTRACTION AND FACILITIES ON THE DECISION TO VISIT INTOURIST OBJECT KASIH KANONANG HILL. *Jurnal EMBA*, Vol. 11.
- Putranti, A. L. C., & Rokhman, N. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Heha Sky View Kabupaten Gunungkidul* (Vol. 4, Issue 1).
- Putri, M. V., & Wiryawan, D. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Kunjung Pada Taman Wisata Lembah Hijau Di Bandar Lampung. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 448–456.
- Ramadhan, G. A., Budiastuti, E., & Fata, M. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *Jurnal Manajemen*.
- Sari, L. P., & Purwanto, H. (2024). PENGARUH DAYA TARIK, FASILITAS, AKSESIBILITAS DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 6, September 2024.
- Septiana Nur. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CUSTOMER EXPERIENCE*.
- Sofiana, M., & Santoso, S. (2024). Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Kayangan Api di Wilayah Kabupaten Bojonegoro. *Neraca Manajemen, Ekonomi*
- Sofiana M, S. S. (2024). *Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Kayangan Api di Wilayah Kabupaten Bojonegoro*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Alfabeta (Ed.).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (Ed.); Edisi Ke 2).
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar manajemen Produksi dan Operasi*.
- Tina Rahmadayanti, & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial,

Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Islam*.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. (n.d.).

