

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Bursa Efek Indonesia ). *Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(1), 32–47.
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humado*, 7(2), 134–148.
- Adi et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4*, 2(1), 1–12.
- Alfian, & Silvina, V. (2021). Pengaruh Merek , Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi kasus pembelian smartphone Oppo pada Puja Cell kabupaten Solok Selatan ). *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 2(2), 185–192.
- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitrihaloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p12>
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, 1, 987–999.
- Apriadi, D., & Junaid, M. T. (2022). Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibility Dan Infrastructure Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Taman Berlabuh. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1). <https://jmbi.fekonubt.net/index.php/jurnal/article/view/5%0Ahttps://jmbi.fekonubt.net/index.php/jurnal/article/download/5/12>
- Ardiansyah, I. (2019). PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL JAKARTA DENGAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Provided by Journal System Lembaga Penerbitan Bina Patria*, 14(3), 2235–2248.
- Arifin, A., Ariningsih, E. P., & Wijayanti, W. (2021). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Bukit Seribu Besek. *Volatilitas*, 3(4), 1–23.
- Arista, I., Darsiharjo, & Marhanah, S. (2017). Pengaruh Produk Wisata Terhadap

- Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pulau Lengkuas, Belitung. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1), 33–37.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Ghazali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi. Sembilan. Semarang : Universitas Diponegoro. Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keput
- Hasan, A., & Setyaningtiyas, N. W. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Media Wisata*, 13(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v13i1.217>
- Hayyuna, R., Pratiwi, R. N., Mindarti, L. I., Publik, J. A., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2005). DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDAPATAN DESA (Studi pada BUMDES di Desa Sekapuk , Kecamatan Ujungpangkah , Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(72), 1–5.
- Ilhami, M. F., Nugraha, A. L., & Firdaus, H. S. (2017). Visualisasi Peta Fasilitas Penunjang Wisata Religi Kabupaten Demak Menggunakan Aplikasi Carrymap (Studi Kasus Masjid Agung Demak dan Makam Kadilangu). *Jurnal Geodesi Undip*, 6(02), 517–525. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/view/18145/17218>
- Juansya, J., Rahayu, S., & Tobari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(4), 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Jumi Aswaty, F. N. A., & Anggraini, R. (2022). Pengaruh Service Quality, Price, Tourist Experience Dan Overall Satisfaction Terhadap Revisit Intention Wisatawan Di Kota Batam. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 102–117. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.2755>
- Kurniawan, H. M. (2022). The Influence Of Product Attributes , Satisfaction , And Word Of Mouth On Bioforma Purchase Decisions In Pontianak City. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, 7(2), 19–27.
- 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, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>

Mahendra, N. B. (2023). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Di Wana Wisata Batu Kuda Kabupaten Bandung ( the Influence of Tourism Facilities and Prices on Tourist Visit Decision At Wana Wisata Batu Kuda in Bandung District )*. 2(April), 10–24.

Nadu, T. (2020). *Wcms\_741655*. 2019(April).

Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Oktavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth Dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy Dan Pempek Vico Palembang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.547>

Pamungkas, B. A. (2017). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2518>

Paulus, J., Bessie, J., & Kasim, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Boti Kabupaten TTS. *Journal Of Management (SME's)*, 1(1), 37–61.

Pratiwi, E., Kusnandar, K., & Riptanti, E. W. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Di Rumah Atsiri Indonesia. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 118–133. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1077>

Putri, F. C., Kumadji, srikandi, & Sunarti. (2016). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 86–96.

Riwukore, J. R. (2021). *Existing Conditions of Lasiana Beach Tourism Destinations, Kupang City Based on Attractions, Accessibility, Facilities, Institutions, and Tourism Ecosystems*. 15(2), 1–13. <http://ejournal.kememparekraf.go.id/index.php/jki/article/download/147/62>

Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa

Inggris Dynamic English Course Pare. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.14>

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>

Sella Maulidini, & Jammaludin Khalid. (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. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i2.3692>

Setiawan, I. R. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 24. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/301>

Sholeh, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Martua Di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Kabupaten Riau. *Jom FISIP, Volume 4*, 1–11.

Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta

Sugiyono 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.

Valentino, I. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Wardana, I. M. (2017). Peran Brand Equity. *Skripsi. Jurusan Manajemen*.

*Universitas Muhammadiyah Makassar*, 6(2), 830–856.

- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 279. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10>
- Wisata, P. F., & Harga, P. D. A. N. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan*. 4(2).
- Yang, A. F., & Nuraeni, B. S. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Yolanda, F., Yuliana, & Pramudia, H. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Jurnal Manajemen*, September, 1–23. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/view/10622%0Ahttps://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/viewFile/10622/7779>
- Zakaria, F., & Dewi, Suprihardjo, R. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(3), 1–36.
- Abdilla, M. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Bursa Efek Indonesia ). *Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(1), 32–47.
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humado*, 7(2), 134–148.
- Adi et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 2(1), 1–12.
- Alfian, & Silvina, V. (2021). Pengaruh Merek , Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi kasus pembelian smartphone Oppo pada Puja Cell kabupaten Solok Selatan ). *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 2(2), 185–192.
- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitriatloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p12>
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan*

*Akuntansi I*, 1, 987–999.

- Apriadi, D., & Junaid, M. T. (2022). Pengaruh Attraction, Ameneties, Accessibility Dan Infrastructure Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Taman Berlabuh. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1). <https://jmbi.fekonubt.net/index.php/jurnal/article/view/5%0Ahttps://jmbi.fekonubt.net/index.php/jurnal/article/download/5/12>
- Ardiansyah, I. (2019). PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL JAKARTA DENGAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING. *Provided by Journal System Lembaga Penerbitan Bina Patria*, 14(3), 2235–2248.
- Arifin, A., Ariningsih, E. P., & Wijayanti, W. (2021). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Bukit Seribu Besek. *Volatilitas*, 3(4), 1–23.
- Arista, I., Darsiharjo, & Marhanah, S. (2017). Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pulau Lengkuas, Belitung. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1), 33–37.
- Hasan, A., & Setiyaningtiyas, N. W. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Media Wisata*, 13(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v13i1.217>
- Hayyuna, R., Pratiwi, R. N., Mindarti, L. I., Publik, J. A., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2005). DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDAPATAN DESA (Studi pada BUMDES di Desa Sekapuk , Kecamatan Ujungpangkah , Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(72), 1–5.
- Ilhami, M. F., Nugraha, A. L., & Firdaus, H. S. (2017). Visualisasi Peta Fasilitas Penunjang Wisata Religi Kabupaten Demak Menggunakan Aplikasi Carrymap (Studi Kasus Masjid Agung Demak dan Makam Kadilangu). *Jurnal Geodesi Undip*, 6(02), 517–525. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/view/18145/17218>
- Juansya, J., Rahayu, S., & Tobari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(4), 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1),

75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>

- Jumi Aswaty, F. N. A., & Anggraini, R. (2022). Pengaruh Service Quality, Price, Tourist Experience Dan Overall Satisfaction Terhadap Revisit Intention Wisatawan Di Kota Batam. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 102–117. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.2755>
- Kurniawan, H. M. (2022). The Influence Of Product Attributes , Satisfaction , And Word Of Mouth On Bioforma Purchase Decisions In Pontianak City. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, 7(2), 19–27.
- 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, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Mahendra, N. B. (2023). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Di Wana Wisata Batu Kuda Kabupaten Bandung ( the Influence of Tourism Facilities and Prices on Tourist Visit Decision At Wana Wisata Batu Kuda in Bandung District )*. 2(April), 10–24.
- Nadu, T. (2020). *Wcms\_741655*. 2019(April).
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- Oktavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth Dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy Dan Pempek Vico Palembang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.547>
- Pamungkas, B. A. (2017). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2518>
- Paulus, J., Bessie, J., & Kasim, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Boti Kabupaten TTS. *Journal Of Management (SME's)*, 1(1), 37–61.
- Pratiwi, E., Kusnandar, K., & Riptanti, E. W. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Di Rumah Atsiri Indonesia. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 118–133. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1077>

- Putri, F. C., Kumadji, srikandi, & Sunarti. (2016). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 86–96.
- Riwukore, J. R. (2021). *Existing Conditions of Lasiana Beach Tourism Destinations, Kupang City Based on Attractions, Accessibility, Facilities, Institutions, and Tourism Ecosystems*. 15(2), 1–13. <http://ejournal.kememparekraf.go.id/index.php/jki/article/download/147/62>
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.14>
- 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>
- Sella Maulidini, & Jammaludin Khalid. (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. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i2.3692>
- Setiawan, I. R. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 24. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/301>
- Sholeh, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Martua Di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Kabupaten Riau. *Jom FISIP, Volume 4*, 1–11.
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit Andi.
- Valentino, I. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Wardana, I. M. (2017). Peran Brand Equity. *Skripsi. Jurusan Manajemen*.



*Universitas Muhammadiyah Makassar*, 6(2), 830–856.

- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 279. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10>
- Wisata, P. F., & Harga, P. D. A. N. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan*. 4(2).
- Yang, A. F., & Nuraeni, B. S. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Yolanda, F., Yuliana, & Pramudia, H. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Jurnal Manajemen*, September, 1–23. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/view/10622%0Ahttps://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/viewFile/10622/7779>
- Zakaria, F., & Dewi, Suprihardjo, R. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(3), 1–36.

