

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, dkk. 2018. Pengaruh Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 3 Agustus 2018
- Anggraini, dkk. 2018. Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebe *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 3 Agustus 2018
- Junaida, Erni.2019. Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung Ke Taman Hutan Kota Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10 No. 2 Juli 2019
- Khoirunisa, Rizki, dan Nurtjahjani. 2020. Pengaruh *City Branding* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Batu. *J A B Jurnal AplikasiBisnis*, Vol. 6 No. 1 Juni 2020
- Kristiyana, Naming, dkk. 2018. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, *Word Of Mouth*, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* Volume 2 No. 1 April 2018, Halaman 12-17
- Lebu, Christy F.K, dkk. 2013. Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 No. 4 Oktober 2019
- Mulyantari, Enny dan Agustinus, Risangaji. 2020. Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, Vol. 18 No. 1 Mei 2020
- Mutikasari, Ati Dan Sri, Widianingsih. 2016. Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol. 16 No. 2 April 2016
- Nuha, dkk. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal RisetManajemen Prodi Manajemen eJrm*, Vol. 09 No. 11 Agustus 2020
- Prayogi. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten

Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya Vol. 8 No. 2. 2020

- Purnomo, Rochmat Aldy, S.E., M.Si. 2016. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Ponorogo : CV. WADE GROUP.
- Riana, Novi, dkk. 2020. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Cibeusi Kabupaten Subang. *Tourism Scientific Journal*, Vol. 6 No. 1, Desember 2020
- Riati, Apriani, Dkk. 2020. Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Backpacker Indonesia Ke Yogyakarta. Jurnal Pariwisata Pesona Volume 5 No 2, Desember 2020: p 84-92
- Saputra, Niko. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang
- Sari, dan Harti. 2020. Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 08 No. 01 Tahun 2020
- Sirait, Helena. 2018. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis Vol. 13 No. 1 Mei 2018
- Suliyanto, 2018. "*Metode Penelitian Bisnis untuk skripsi, tesis, dan disertasi*"
- Susilawati, Herni. 2017. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sindu Kusuma Edupark. Jurnal Khasanah Ilmu. Vol. 8 No. 2 September 2017
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Daya Tarik Wisata
- Vilda, dkk. 2020. Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Waterboom 88 Bululawang. eJrm Vol. 09 No. 19 Agustus 2020
- Wahyuni danr Laily. 2017. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung The Legend Waterpark. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6, No. 8, Agustus 2017

Yuliani dan Suharto. 2021. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pinus Pengger Kabupaten Bantul. *Media Wisata*, Vol. 19, No. 1, Mei 2021

