

## DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, S. B. A., Marwanti, and Sugiharti Mulya Handayani. 2021. "Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Wisatawan Milenial Berkunjung Di Kebun Buah Mangunan, Kabupaten Bantul." *Agrista* 9(2): 47–55.
- Alma, Buchari. 2020. Bandung: Alfabeta
- Anggraini, Retno Putri, Liliek Nur Sulistyowati, and Hari Purwanto. 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): 987–99.
- Ayuningtyas, Nugraha, Hari Susanta. 2019. "Berkunjung Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen ) Pendahuluan Sektor Pariwisata Di Indonesia Saat Ini Telah Memberikan Sumbangan Dalam Meningkatkan Devisa Maupun Lapangan Kerja . Dalam Pembangunan Dan Pengembangan Jasa M." *Administrasi Bisnis* X(1): 652–64.
- Brata, Shilvana Husani, and Hapzi Ali. 2017. "The Importance of Training Programs in the Improvement of the Performance of Employees In The Petroleum Companies'- Case of Sonatrach Company - The Regional Directorate of BERKAOUI (Ouargla- Algeria)." *Saudi Journal of Business and Management Studies*: 433–45.
- Danang, Sunyoto. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*.
- Dedy, Asep, and Setyanto. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang." *Manajemen* 3(1): 41–47.
- Diwangkara, Sari, and Rukayah. 2020. 120 *Jurnal Arsitektur ARCADE Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden*.
- Ghozali, I. 2018. Semarang : Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Illah, Ainun Nur, Raden Andi Sularso, and Bambang Irawan. 2019. "Pengaruh Citra Destinasi Dan E-WOM Di Media Sosial Instagram Serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata B29 Di Kabupaten Lumajang." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 6(2): 164.
- Imaduddin, Budiandriani, and Andi Faisal Bahari. 2021. "AkMen Nn." 18(April): 110–22.
- 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* 10(2): 146–55.
- Krisnayani, Ni Komang, Hanugerah Kristiono Liestiandre, and I Gusti Putu Ade Pranjaya. 2021. "Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap

- Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali.” *Jurnal Kepariwisata* 20(2): 134–43.
- Lebu, Christy F. K, Silvya L. Mandey, and Rudy Wenas S. 2019. “Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7(4): 5505–13.
- Nafiati, N S, S Saroh, and D Krisdianto. 2021. “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Strategi Electronic-Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung ...” *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...* 10(2): 149–57.
- Nafis, Raihan. 2020. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.” *Jurnal Ilmu ekonomi dan Bisnis* 8(1): 40–45.
- Parapat, Daniel. 2018. “Pengaruh, Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang.” *E-Journal STIE MDP Palembang* (x): 1–11.
- Peter, Paul J, and Jerry C Olson. 2014. Jakarta: Salemba Empat
- Prawira, Dandi, and Trisna Putra. 2022. “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang.” 6: 1178–84.
- Pundissing, Rati. 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.
- Rafika, Aulia, and Edi Suwardji Nugroho. 2021. “The Effect of Tourism Product Attributes and Destination Image on Visit Decisions in Sri Baduga Tourism Destination, Purwakarta Regency.” 4: 656–64.
- Rahmadayanti, and 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): 125–36.
- Rifki Wahyudi, and Irdha Yusra. 2021. Padang.
- Ristiani. 2021. “Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung The Influence of Price and Tourist Attactiveness on the Decision to Visit.” *Forum Ekonomi* 23(2): 310–17.
- Rofiah, Chusnul. 2020. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi.” *Manajemen dan Bisnis Dewantara* 3(1)
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

- Sari, Puti Embun., Eka. Mariyanti, and Siska Lusia. Putri. 2021. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Padang." *Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 23(2): 319–34.
- Sari, and Suyuthie. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Kabupaten Agam Filma."
- Setiyorini, Anis, Umi Farida, and Naning Kristiyana. 2018. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong." *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2(2): 12.
- Sodik, Nawangsih, and Lukiana. 2019. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak Kabupaten Lumajang." *Journal of Organization and Business Management* 1(4): 48–51.
- Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung.
- Sulistiyafani, Arrahma, and I Gede Anom Sastrawan. 2021. *Jurnal Destinasi Pariwisata* 9(1): 96–104.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta.
- Syamsuri, Abd. Rasyid et al. 2021. "Jurnal Bisnis Mahasiswa." *Bisnis Mahasiswa*: 215–24.
- Yunus, M. 2019. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang* 5(1): 160–79.