

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Z. B. N., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 132-139.
- Alifah, F. N. (2019). Pengembangan Strategi Pembelajaran Afektif. *Tadrib*, Vol. V, No. 1
- Alma, Buchari. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019, September). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 1)*.
- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890-899.
- Asikin, N., Taufik, M., & Nawangsih, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Kolam Renang Veteran Lumajang). In *Proceedings Progress Conference (Vol. 2, No. 1, pp. 597-603)*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes (2021).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes* (Internet). Jumlah Pengunjung dan Pendapatan (2021). Tersedia dalam : <https://brebeskab.go.id> [Accessed 1 September 2022)
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115-123.
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638.
- Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020) Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 92-106.

Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14-22.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Brebes (2022)

*Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Brebes* [Internet]. Agro wisata Kaligua. Tersedia dalam: <http://dinbudpar.brebeskab.go.id/> [Accessed 20 September 2022]

Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman (2020)

*Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman* [Internet] Profil Kondisi Geografis Kabupaten Brebes (2022). Tersedia dalam : <http://mapgeo.id> [Accessed 23 September 2022]

Endarwita, E. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Di Kota Lubuk Sikaping. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 500-510.

Fatimah, S., Solehudin, A., & Martini, N. (2022). Strategi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Candi Jiwa Barujoya. *Gorontalo Management Research*, 5(1), 117-128.

Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., & Dewi, I. K. (2021). Perilaku Konsumen Kepariwisata. Yayasan Kita Menulis.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2 25 edisi 9*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.

Gustari, M. S., Nurhasan, R., & Setiawan, R. (2022). Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Pada Purchase Intention Kerudung Deenay Di Kabupaten Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 1(02), 64-76.

Harefa, M. (2020). Dampak Sektor Pariwisata terhadap Penerimaan Daerah di Kabupaten Belitung [Impact of Tourism Sector on Regional Income in Belitung Regency]. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1), 65-77.

Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.

Junaida, E. (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), 146-155.

Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2021)

*Kementrian Keuangan Republik Indonesia* [Internet]. Laporan Perkembangan Ekonomi dan Fisikal (2021). Tersedia dalam: <http://djpk.kemenkeu.go.id> [Accessed 22 September 2022]

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*. United States of America: Pearson Education Limited.

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 Kepariwisata*, 20(2), 134-143.

Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7326.

Mahiri, E. A., Hakim, A., Sumaryana, F. D., & Agung, T. (2021). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Co Management*, 4(2), 665-674.

Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 817-829.

Mandey, S. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di Tengah Oandemi Covid 19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1).

Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan media sosial masyarakat sadar wisata dalam mempromosikan potensi wisata baru. *Medium*, 6(2), 39-50.

Peter, J. Paul., dan Jerry C. Olson (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Prakoso, F. A. (2022). Analisis Word of Mouth, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 4(1), 32-41.

- Prakoso, F. A., & Ramadhan, Z. (2019). The Effect of Word of Mouth Communication and Price on Decision to Visit Bintaro Jaya Xchange Mall, South Tangerang. *KnE Social Sciences*, 509-520.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung. Alfabeta
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13-21.
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153-170.
- Romadhoni, A., Nugroho, S. D., & Sudiyarto, S. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Kampong Anggrek Kediri. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 10(1), 59-68.
- Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 32-39.
- Robustin, T. P. (2020). Attraction and Word of Mouth in a Visit Decision. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 4(1), 24-31.
- Rosifa, A., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada New Marjoly Beach And Resort. *Bahtera Inovasi*, 4(1), 64-76.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis faktor motivasi wisatawan muda dalam mengunjungi destinasi wisata minat khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11-22
- Sari, L. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 44-57.
- Setiyorini, A., & Kristiyana, N. (2019). 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), 12-17.

- Sihabudin, S. (2020). Pengaruh Marketing Public Relation Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wonderland Adventure Waterpark (Pt Galuh Citarum Karawang). *Media Bina Ilmiah*, 13(8), 1537-1548.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori (Vol. 1)*. IOCS Publisher.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Supryadi, Didy Ika., dan Himawan Sutanto. (2018). E-WOM (Electronic Word of Mouth): Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Gili Matra di Kabupaten Lombok Utara (KLU). *EKONOBIS*, 4(2), 69-88.
- Susanti, N., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 59-63.
- Syahrul, A. R., & Saputra, S. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang Oleh. *Journal of Economic and Economic Education Vol*, 6(2), 176-191.
- Tilameo, Y., Blongkod, H., & Mahmud, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Restoran Di Kota Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 67-81.
- Tjiptono, Fandy (2020). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan
- Wangsa, I Nyoman. (2022). *Promosi Penjualan untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan mendorong pengambilan keputusan pembelian*. Lakeisha
- Wargianto, W., & Mashud, E. (2019). Pengaruh Strategi Promosi, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Berdampak Kepada Kepuasan Wisatawan Di Kota Pangkalpinang. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 160-179.

Widayati, C. C., Ali, H., Permana, D., & Nugroho, A. (2020). The role of destination image on visiting decisions through word of mouth in urban tourism in Yogyakarta. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3), 177-196.

Yuliviona, R., Azliyanti, E., & Tasri, E. S. (2021, May). The effect of tourist attraction, location and promotion toward local tourist decision visit to Air Manis beach in Padang city in new normal policy. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 747, No. 1, p. 012085). IOP Publishing.

