

DAFTAR PUSTAKA

- Adilarif, M. B. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- 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*, 1.
- Anisa Sopiha, C. I. (2023). *Kunjungan Turis Asing ke RI Turun di Februari 2023, Ada Apa?* Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230403151932-4-426890/kunjungan-turis-asing-ke-ri-turun-di-februari-2023-ada-apa>
- Aritona, A. (2022). PENGARUH AKSEBILITAS, E-WOM DAN AMENITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA AIR PANAS HAPANASAN. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 856–872.
- Arrizki, M. Z., Trihudyatmanto, M., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(5), 18–35.
- Ayumi, S. A., Riptanti, E. W., & Khomah, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampong Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis*, 6(1), 1–16.
- Berliana, A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK WISATA, CITRA DESTINASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA PUNCAK MAS LAMPUNG*.
- Damanik, D. M., Iranita, I., & Kurniawan, R. (2021). Dampak Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Citra Destinasi dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Objek Wisata Tanjung Setumu Pulau Dompok Kota Tanjungpinang). *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), 1025–1039.
- data.goodstats.id. (2023). *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2023*. Data.Goodstats.Id/. <https://data.goodstats.id/statistic/data-kunjungan->

wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-2023-qT9wS

- Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 271–282.
- Endrianingtyas, D. N., Roejinandari, N., & Rachmadia, A. (2020). DAMPAK E-WOM DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE LEMBAH INDAH MALANG. *Jurnal Pariwisata*, 1(2), 9–14.
- HANAFI, A. F., & Junaidi, M. R. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, FACILITIES, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Kabupaten Pacitan)*. UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76.
- Hasanah, H., Widawati, I. A. P., Mahadewi, N. M. E., & others. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Citra Destinasi terhadap Kunjungan ke Kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 757–776.
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (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), 164–170.
- Ismayanti, I., & Aljurida, A. M. A. (2023). HUBUNGAN MANAJEMEN BERBASIS SEKOLAH TERHADAP PENINGKATAN PROFESIONALISME GURU DI SD INPRES PAMPANG II MAKASSAR THE RELATIONSHIP BETWEEN SCHOOL BASED MANAGEMENT AND TEACHER PROFESSIONALISM IMPROFEMENT AT THE SD INPRES PAMPANG II MAKASSAR Maret 2023. *IJI Publication*, 3(2), 109–115.
- JAUHARI, S. S. (2023). *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2023*. Data.Goodstats.Id/. <https://data.goodstats.id/statistic/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-2023-qT9wS>
- Khairunnisa, R., & Martilova, N. (2023). ANALISIS PENGARUH HARGA TIKET

DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA PUNCAK LAWANG KABUPATEN AGAM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(6), 854–870.

Mahpudin, M., & Maulana, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Candi Jiwa Batujaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 383–390.

Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (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.

Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 13–24.

Nafi'ati, N. S. (2021). *Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Strategi Electronic-Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Pengunjung Wisata Bukit Kapur Selo Tirta Giri, Desa Sekapuk, kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik)*.

Normalasari, Johannes, & Yacob, S. (2023). Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 156–169.

Oktafiana, R. R., & Purwanto, H. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, LOKASI DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA TAMAN WISATA DESA JABUNG KABUPATEN MAGETAN. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.

Poli, P. Y. C., Lopian, S. J., & Loindong, S. S. R. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT KASIH KANONANG. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821–832.

Pradana, T., & Purba, A. S. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Gunung Dago, Bogor. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 275–288.

Prameswari, I. G. A. D. M., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh E-Wom Terhadap

- Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Objek Wisata Bali Zoo Park). *EProceedings of Management*, 8(4).
- Pratama, A. R. P., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2022). Pengaruh Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Coban Jahe, Kabupaten Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(02).
- Primadewi, E., Rispanyo, R., & Wardiningsih, S. S. (2020). Analisis Faktor Promosi, Aksesibilitas dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo). *JURNAL MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*, 14.
- Puspitasari, Y., Tobari, T., & Kesumawati, N. (2020). Pengaruh Manajemen Kepala Sekolah Dan Profesionalisme Guru Terhadap Kinerja Guru. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 6(1), 10844–10849. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v6i1.4036>
- 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. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 55.
- Putri, V. N., Roedjinandari, N., & Risfandini, A. (2023). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kebun Raya Purwodadi. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 1–12.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Rahmawati, A. (2023). *PENINGKATAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI KUALITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN DAYA TARIK WISATA DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PANTAI CARUBAN REMBANG*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Rahmawati, L. N., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Biru Kersik Marangkayu. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 2(1), 1–12.
- Rezita, R., & Martilova, N. (2023). ANALISIS PENGARUH AKSESIBILITAS DAN INFORMASI TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KE

OBJEK WISATA PUNCAK TARUKO, KOTO GADANG, KECAMATAN IV KOTO, KABUPATEN AGAM, SUMATERA BARAT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 528–543.

SALSABILA, N. H. (n.d.). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Daya Tarik Wisata, Pengalaman Pengunjung, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dira Balung Kabupaten Jember*.

Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 24–31.

Shandy Pradana. (2021). *Meikarta Central Park, Destinasi Wisata Keluarga yang Asyik di Cikarang*. Rumah123.Com. <https://www.rumah123.com/explore/kota-bekasi/meikarta-central-park/>

Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341.

Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 146–156.

Tantriana, D., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Aksesibilitas, Experiential Marketing dan Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 173–183