

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini. (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.
- Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, & Kholid Murtadlo. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>
- Ardiansyah, K., Sumar, & Nugroho, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 101–113. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>
- Astuti. (2020). *Pengaruh Motivasi, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit Forest Education. July*, 1–23.
- Hanafi, A. F. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Facilities, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung kembali (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Kabupaten Pacitan)*. 12–26.
- Irawan. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan*. 4(2).
- Isnana. (2019). *New Marjoly Beach and Resort*, . 4.
- 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>
- Massie. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park The Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth (E-WOM) To Visit Decision At Rumah Alam Manado Adventur. *Emba*, 10(4), 13–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43646>
- Naftarisandy, A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi, Serta Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 3, Issue 1).
- Naimah, J. (2018). Pengaruh Digital Marketing , Produk Wisata , Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 5, 1–12.
- Nasrullah. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth dan Brand

- Awareness Terhadap Purchase Decision Produk Livin' By Mandiri Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Kantor Cabang Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 166(6), 166–173.
- Nasrullah, M. M., & Busman, S. A. (2023). *Muhammad Mujahid Nasrullah & Sherwin Ary Busman Vol. 6 No.2 Desember 2023*. 6(2), 107–121.
- Ningrum. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia dan Wisatawan Nusantara di Provinsi Gorontalo Tahun 2018 - 2021. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 225–241.
- Nuha, M. L., Hidayati, N., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Di Kabupaten Tulungagung. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(11), 65–78. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8191>
- Nurbaeti. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Poli. (2023). The Effect of Tourism Attraction and Facilities on The Decision to Visit Intourist Object Kasih Kanonang Hill. *Poli*, 11(1), 821–832.
- Pratama, M. F. R., Irfani, H., & Abdurrahman, D. (2019). *Pengaruh Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT NOVATEX BANDUNG*.
- Prayoga. (2020a). 60-Article Text-426-2-10-20200725. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 137–138.
- Prayoga. (2020b). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140.
- Putri. (2023). Pengaruh Produk, Citra, dan E-WOM Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 49. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2023.v11.i01.p07>
- Rahadian, W. R., & Utami, N. R. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan The Effect Of Digital Marketing On Visitation Decision*. 6(2).
- Riyadi. (2022). The Effect of Destination Image, Electronic Word of Mouth and Service Quality on Visiting Decisions and Their Impact on Revisit Interest. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(9), 1244–1263. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i9.141>
- Situmorang dkk. (2023). Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6, 1–13.

- Sulisyorini. (2021). Pengaruh lokasi, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung. *Ekonomi*.
- Tina Rahmadayanti. (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), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Tjolomadoe, D. I. D. E., & Aryati, I. (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. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i2.1424>
- Zidhan. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Pantai Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. *Jambura*, 6(2), 441–451. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>