

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, D. (2017). ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE BALI UTARA AN ANALYSIS OF PUSH AND PULL MOTIVATIONAL FACTORS OF TOURISTS TO NORTH BALI. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 81–110.
- Alaydrus, A., & Latoki, L. (2020). Pengaruh Promosi, Fasilitas dan Lokasi Dalam Meningkatkan Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Milenium Waterpark Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 8(1), 48–55.
- Albab, Z. U. (2022). *Pengaruh E-Wom, Attraction Dan Amenity Terhadap Keputusan Berkunjung Destinasi Wisata Pantai Benteng Portugis Jepara*. UNISNU Jepara.
- Ani, S. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Agrowisata Petik Jeruk Mandiri Pekon Tanjung Sari Terhadap Keputusan Pembelian Di Kecamatan Bandar Negeri Suoh, Kabupaten Lampung Barat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Agrowisata Petik Jeruk Mandiri Pekon Tanjung Sari, Kecamatan Bandar Negeri Suoh, Kabupaten Lampung Barat)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Aprilia, F. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)*. Universitas Brawijaya.
- Ardiansyah, I., & Maulida, R. G. (2020). Kajian atraksi, amenities dan aksesibilitas untuk pengembangan kepariwisataan di Taman Wisata Alam Gunung Pancar kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(4), 707–716.
- Arini, S. B. D. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Promosim Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Insitut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang)*.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2022). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2017-2021*.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon. (2023). *Jumlah Daya Tarik Wisata Pada Kabupaten/Kota di Jawa Barat (2017-2021)*.
- Bakti, A. B. A., Tanjung, G. S., & Djazuli, R. A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Petik Buah Jambu Kristal Kota Batu. *Jurnal Agribisnis*, 12(2), 150–158.
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108–116.
- Della, R. N., Rodiah, S., & Azmi, Z. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dan Prilaku Whistleblowing Karyawan Alfamart di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 21–30.
- Denny, A. P. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Preferensi Terhadap Keputusan Berkunjung Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisatawan Di Bukit Sakura Kota Bandar Lampung, Lampung)* . UIN Raden Intan Lampung.
- Ernawati, S. (2020). Viral Marketing dan Motivasi Wisatawan dalam Meningkatkan Minat Berkunjung pada Destinasi Wisata di Kabupaten Bima. *Jurnal Maksipreneur Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurhip*, 9(2), 195–207.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gede Pitana., & Putu G, Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Hapsari, D. O., & Rahayu, S. (2018). PENGELOLAAN BALAI EKONOMI DESA DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA DI KAWASAN CANDI BOROBUDUR. *Journal of Public Policy and Administration Research*, 3(6), 828–843. <http://borobudurpark.com/temple/>
- Harahap, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)* . Universitas Islam Sumatera Utara.

- Hariyanto, O. (2016). Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Cirebon. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisni*, 4(2), 214–222.
- Hasanah, F. K. (2018). *Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Coban Talun)* . Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hia, E. A., & Tarigan. (2023). Pengaruh Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Bawomataluo Nias Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23132–23147.
- Hidayati, H. A., Suharyono, & Kumadji, S. (2013). *Faktor-Faktor Yang Membentuk Komunikasi Word Of Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ketan Legenda Batu)*. Universitas Brawijaya.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Gerbang Media Aksara Dan STiPrAm Yogyakarta.
- Jayanti, S., Verolyna, D., & Alparedi, T. (2023). *Strategi Word Of Mouth Pada Promosi Studio Foto Wg di Kabupaten Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- 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.
- Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif. (2022). *Kontribusi PDB Pariwisata Terhadap PDB Nasional*.
- Kharisma, P. M., & Giantari, I. G. A. K. (2021). *The Effect Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Lagi* . Universitas Udayana.
- Komariah, N. (2022). *Pengembangan Wisata Religi Buyut Trusmi Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Trusmi Wetan Kabupaten Cirebon Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah* . IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Krisdianto, K. Y. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Harga Serta Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Papuma Jember*. Universitas Jember.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi dan Penerapannya dengan R*. PT Kharisma Putra Utama.
- Latief, R. (2019). *Word of mouth communication: penjualan produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Laura, D. (2016). *Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Lebu, C. F., Mandey, S. L., & Wenas, R. 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).
- Limaran, A. (2021). *Pengaruh Iklan, Word Of Mouth (WOM), Dan Publisitas Pada Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Tempat Wisata Tenggir Park (Studi Pada Masyarakat Pengguna Instagram Di Wilayah Karesidenan Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mayasari, W. M., & Budiarmo, A. (2016). Pengaruh atribut produk wisata dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata taman margasatwa semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 501–509.
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 152–164.

- Ningsih, S. S. (2020). *Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*.
- Nisa, S., Budiarmo, A., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 689–697.
- Nugraha, et al. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Paulus, J. I., Bessie, J. L., & Kasim, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Boti Kabupaten TTS. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 1(1), 37–61.
- Permadi, P. C., Kumadji, S., & Kusumawati. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Dapoer Mie galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh atraksi, mediasosial, dan infrastruktur terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke desa wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(1).
- Rahayu, P. (2014). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Ramadhani, D., Setiawan, N., Heri, & Negeri Sriwijaya, P. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1, 162–171. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>

- Ramdani, D. (2019). Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(1), 60–65.
- Rezi, R. (2016). *Mediatization Melalui Instagram Oleh Pengunjung Kawasan Wisata Mandeh*. Universitas Andalas.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. NEM.
- Rosita, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Website terhadap Minat Beli di Shopee pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*. IAIN Kudus.
- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) (Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–58.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutiyoso, A. (2023). *Pengaruh Amenitas, Aksesibilitas, Daya Tarik, & Destination Trust Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Jatim Park Ii Di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. (2017). *Pengetahuan dasar Ilmu Pariwisata*. Udayana University Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata.
- Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Yulianti, I. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Wisata Gunung Bromo Terhadap Keputusan Berkunjung*. Universitas Mercu Buana Jakarta.

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 70–80.

Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

