

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. W., & Rahayu, S. (2019). Kontribusi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Public Policy and Administration Research*, 4(1).
- Anggraeni, N. L. P. P., Jayendra, P. S., & Kuntariati, U. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Di Savaya Day Club Bali. *Pariwisata Dan Bisnis*, 02(1), 283–295.
- Anna, F., & Hadion, W. (2020). Implementasi Mettā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddhies. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(March).
- Aprilia, F. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata âJawa Timur Park 2â Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 24(1), 86013.
- Asikin, N., Taufik, M., & Nawangsih. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Perkulung Kolam Renang Veteran Lumajang). *Progress Conference*, 2(July), 597–603. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Asna. (2010). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa Se-Malang Raya. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(2), 130–139. <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id>
- Aulia, S., & Sendjaja, S. D. (2015). Pengaruh Service Quality terhadap Word Of Mouth. *Seminar Nasional Cendikiawan*, 46–52.
- Cahyani, K. I., & Sutrasnawati, R. E. (2016). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281–288. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Daulay, S. H. P. P., Emrizal, & Tondang, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 21–31.
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). Evaluating the influence of YouTube advertising for attraction of young customers.

- Computers in Human Behavior*, 59, 165–172.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.037>
- Dewi, I. A. K., Yudhistira, P. G. A., & Agustina, N. K. W. (2022). Impact of Digital Content Marketing on Tourist Visit Interest to Melasti Beach: The Mediating Role of Social Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(2), 286–299.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.35708>
- DEWI, I. R. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung yang Dimediasi oleh Respon Emosional (Studi pada Pengunjung Wahana Air Lampung Walk Bandar Lampung) [Universitas Lampung Bandar Lampung]. In *Universitas Lampung*. <http://digilib.unila.ac.id/31084/2/>
- Ernawati, S. (2020). Viral Marketing dan Motivasi Wisatawan dalam Meningkatkan Minat Berkunjung pada Destinasi Wisata di Kabupaten Bima. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 195. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.635>
- Fingalsson, L., Palma, K., & Sheri, S. (2015). *Attitude is everything - towards social media mobile advertising*. 99.
- Hasanah, A. M. A., Suharso, & Saraswati, S. (2015). Pengaruh perilaku teman sebaya terhadap asertivitas siswa. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 4(1), 22–29.
- Jufitasari, R., Syahputra, E., & Hardiningrum, I. S. (2023). Advertising Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pagung Agrowisata Kediri. *Commodities, Journal of Economic and Business*, 4(2), 080–095. <https://doi.org/10.59689/commo.v4i2.755>
- 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.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v10i2.1317>
- Kerap, V. T., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. . (2022). Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset*

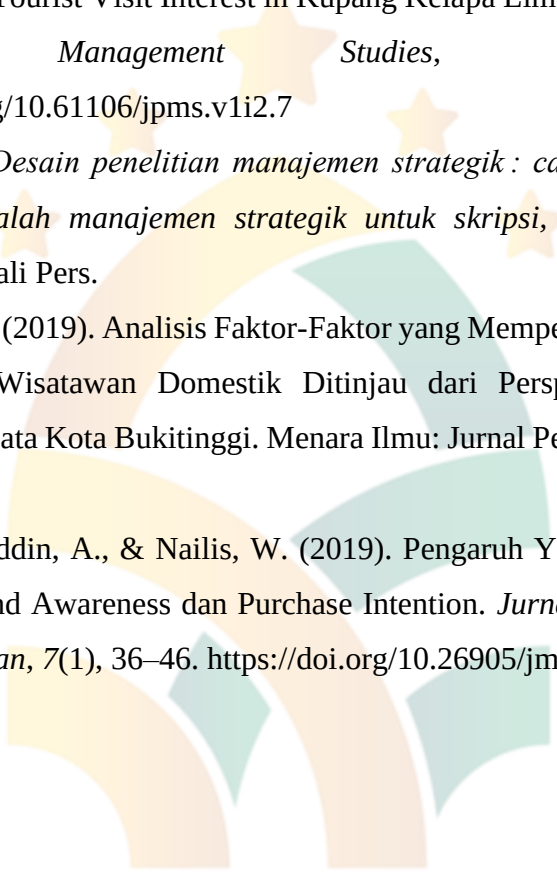
- Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 317.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41829>
- Khasanah, I. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Lapian, S. Q. W., Mandey, S., & Loindong, S. (2015). Pengaruh Advertising Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara the Influence of Advertising and Tourist Attractionon Tourist Decision Making To Visit Firdaus Beach in North Minah. *Jurnal ISSN*, 3(3), 1079–1088.
- Laswati, Z. (2024). Pengaruh Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Skripsi Sarjana, Universitas Pakuan. Tersedia pada <https://eprints.unpak.ac.id/8028/>.
- Latief, R. (2019). *Word of mouth communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.
- 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. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- Marie, A. L. (2024). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(3), 299-311.
- Mauludin, R., Sukamto, A. S., & Muhandi, H. (2017). Penerapan Augmented Reality Sebagai Media Pembelajaran Sistem Pencernaan pada Manusia dalam Mata Pelajaran Biologi. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.26418/jp.v3i2.22676>
- Mayasari, W. M., & Budiatmo, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(024), 491–500.
- Muhammad, & Artanti, Y. (2016). the Impact of Experiential Marketing on Word

- of Mouth (Wom) With Customer Satisfaction As the Intervening Variabel Pengaruh Experiential. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 182–190. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Naufal, M. H., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Love Terhadap Purchase Decision Melalui Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 6(4), 378–387. <http://maj.unnes.ac.id>
- Novitri, Q., Junaidi, J., & Safri, M. (2014). Determinan Penerimaan Daerah dari Sektor Pariwisata di Kabupaten/Kota Provinsi Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 1(3), 149. <https://doi.org/10.22437/ppd.v1i3.1548>
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *JURNAL PIJAR Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1).
- Priyanto, R., Widiartono, & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 217–226.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Rageh Ismail, A., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 386–398. <https://doi.org/10.1108/13612021211265791>
- Rakhmanti, A. (2012). *Peran Account Eksekutif dalam Memperoleh Pengiklan Jenis Iklan Kolom di Harian Jawapos Radar Solo*. Rakhmanti, A. (2012). Peran Account Eksekutif dalam Memperoleh Pengiklan Jenis Iklan Kolom di

Harian Jawapos Radar Solo.

- Ranaweera, P. A. V. C. (2015). The impact of word of mouth on service purchase decisions: Examining risk and the interaction of tie strength and involvement. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(5), 636–656. <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2014-0070>
- Rizal, S. (2023). *Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Rizki, A. M., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 49(2), 157–164.
- Salsabila, R. A. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle, Promosi Dan Harga Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Fashion Online Shopping Mahasiswa. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(3), 451–470. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i3.854>
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2).
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Supriati, Y., & Siregar, F. D. (2015). *Bertanam Tomat di Pot (Edisi Revisi)*. Penebar Swadaya.
- Tantriana, D., & Widiartanto. (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.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality and satisfaction*. CV Andi Offset.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik : mengupas pemasaran strategik, branding strategy, customer satisfication, strategi kompetitif, hingga e-marketing*. Andi Offset.
- Ufi, F., Kefi, D., & Sayd, I. (2023). The Influence of Digital Advertising and Word of Mouth on Tourist Visit Interest in Kupang Kelapa Lima Beach. *Journal of Practical Management Studies*, 1(2), 8–14. <https://doi.org/10.61106/jpms.v1i2.7>
- Umar, H. (2010). *Desain penelitian manajemen strategik : cara mudah meneliti masalah-masalah manajemen strategik untuk skripsi, tesis, dan praktik bisnis*. Rajawali Pers.
- Yofina Mulyati, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 13(1).
- Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 36–46. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2538>



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON