

DAFTAR PUSTAKA

- Adel, A. M., Dai, X., Roshdy, R. S., & Yan, C. (2021). Muslims' Travel Decision-Making To Non-Islamic Destinations: Perspectives From Information-Seeking Models And Theory Of Planned Behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 918–940. <https://doi.org/10.1108/jima-04-2020-0095>.
- Adinugraha, H. H., Al-Kasyaf, M. Z., & Nasaruddin, R. Bin. (2025). Applying Muslim-Friendly Tourism Principles In Destination Management: Evidence From Aceh, Indonesia. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 68–83. <https://doi.org/10.20885/ijhi.vol1.iss1.art5>.
- Ahmad Nizar., R., Lubis, M. S., & Samsuddin. (2021). Modul Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 5(Oktober), 231.
- Aliyah, K., Kisworo, B., & Miraj, S. (2024). The Effect Of Digital Marketing Through Social Media And Tourism Attractiveness On Visitor Interest. *JPPM: Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 11(1), 26–38. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327>.
- Andini, R. D., Nurfarida, I. N., & Rusno, R. (2024). Efek Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Dimediasi Oleh Minat Berkunjung. *MBR (Management and Business Review)*, 8(1), 62–73. <https://doi.org/10.21067/mbr.v8i1.10283>.
- Anggita, C. (2025). Analisis Kesesuaian Fasilitas Hotel Syariah Berdasarkan Prinsip Maqashid Syariah. *Journal of Philanthropy and Islamic Economics*, 2(2), 71–84. <https://doi.org/10.6181/jpie.v2i2.191>.
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. In *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)* (Vol. 1, pp. 987-999). <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/1210%0Ahttp%3A/p>.
- Apriana, A., Hudaiby, A., & Kusumah, G. (2025). Pengaruh Persepsi Kualitas Daya Tarik Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Word of Mouth di Tanah Lot. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 94–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.37253/altasia.v7i1.10090>.
- Arevin, A. T. (2024). Analysis of the Effect of Prices and Quality of Facilities on Tourist Visit Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 893–900. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2745>.

- Azhana, F. T. I. (2023). The Influence Of Digital Marketing And Attractiveness On Destination Image And Its Impact On Tourist Visiting Decisions To Cirendeu Village. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2). <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.4302>.
- Belch, G. E., & Belch, M. (2021). Periklanan dan Promosi. Perspektif Komunikasi Pemasaran Terpadu. *McGraw-Hill Education*. https://www.researchgate.net/publication/46966230_Advertising_and_Promotion_An_Integrated_Marketing_Communication_Perspective.
- Beslar, V. R., Lopian, J. S. L. H. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1345–1354. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43873>
- Bukoi, E. D., Kumaat, R. M., & Rumagit, G. A. J. (2021). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Tanjung Woka Kabupaten Bolaang Mongondow Timur (Destination Development Strategy of of Tanjung Woka Beach, East Bolaang Mongondow Regency). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 3(1), 18–26. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/agrirud/article/view/33929>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Pemasaran Digital: Strategi dan Implementasi*. Pearson Education. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3413574>.
- Chen, J., Wu, X., Luo, Y., & Liu, K. (2025). The Impact Mechanism Of Social Network Information On Tourism Travel: An Empirical Analysis Based On Internet Celebrity Cities. *Humanities and Social Sciences Communications* 2025 12:1, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05892-8>.
- Chrismardani, Y., & Arief, M. (2022). Halal Destination Image , Electronic Word of Mouth (e-WOM), and Revisit Intention at Tourist Destinations in Sumenep Regency. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 834–841. <https://doi.org/https://doi.org/10.35877/454RI.qems1100>.
- Cupian, Rohman, M. F., & Fajri, M. . (2023). Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Halal Bandung. *Jurnal Visionida*, 9(1), 32–43. <https://ojs.unida.info/Jvs/article/view/8308>.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19. <http://jurnal.universitasdarmaagung.ac.id/creativeagung/article/view/2287>.

- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(4), 391–400. <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i4.18416>.
- Dewi, K., Sudirman, H. I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>.
- Dewi, M. I. P., Tirtawati, N. M., & Liestiandre, H. K. (2023). Pengaruh Memorable Tourism Experience terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 22(2), 132–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v22i2.132-148>.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka. (2026). *Potret kunjungan wisata Kabupaten Majalengka, 2025* [Infografik]. Open Data Kab. Majalengka. <https://opendata.majalengkakab.go.id/infografik/potret-kunjungan-wisata-kabupaten-majalengka-2025>.
- Ekowati, S., & Fintariasari, M. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1), 108–124. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>.
- Ezizwita, E., Sukma, T., & Firsta, F. (2023). Analisis Experiential Marketing Wisata Syariah Dalam Menuju Sustainable Development Tourism Pada Beberapa Objek Wisata Di Kab. Pesisir Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(1), 256–268. <https://doi.org/10.47233/jebdv25i1.765>.
- Fahimah, M., & Umsa, A. Y. (2022). Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid-19. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.24929/feb.v12i1.1456>.
- Fatimah, S., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi, dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim. *Abdurrauf Social Science*, 1(2), 182–200. <https://doi.org/10.70742/arsos.v1i2.52>.
- Fauzia, D. L., & Adlina, H. (2024). The Influence of Viral Marketing at Tiktok and Ticket Prices on Tourists' Decision to Visit Maimun Palace in Medan City. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(2), 557–574. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i2.8132>.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://www.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>.
- Global Muslim Travel Index. (2024). *Global Muslim Travel Index 2024 Bridging Journeys Spotlight on RIDA Framework and Accessible Travel in GMTI 2024*. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2024.html>.
- Habibi, F., Supriani, I., & Tumewang, Y. K. (2025). The Antecedents of Muslim Tourists' Visit Decision: The Mediating Role of Visitor Satisfaction. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 10(1), 20–41. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v10i1.731>.
- Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(1), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>.
- Harsono, I., Demung, I. W., Judijanto, L., Sari, H. P. R., & Ananti, D. D. (2025). *Pariwisata Berkelanjutan: Teori dan Penerapannya di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hendrajana, I. G. M. R., Wahyundaru, S. D., Kharisma, L. M., & Parwati, Komang S., M. (2024). The Influence Of Digital Marketing Pn Tourism Destination Promotion. *International Journal of Society Review*, 2(10), 2906–2919. <https://www.scribd.com/document/806942306/The-Influence-of-Digital-Marketing-on-Tourism-Destination-Promotion>.
- Herlina, D., Purba, F. N., Febrianti, F., & Sudrajat, A. (2025). Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Loyalitas Wisatawan di Dirja Park Karawang | Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 7(2), 433–437. <https://doi.org/10.37034/infeb.v7i2.1178>.
- Hermawan, E. (2019). Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 7(2), 87–95. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/1512>.
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>.

- Jenal Abidin, Rizqy Faza Faqiha, Muhammad Ridho Ilahi, & Annisa Damayanti. (2025). Strategi Pengembangan Promosi Berbasis Digital Studi Kasus: Curug Cijalu, Kab. Subang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(2), 304–320. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v21i2.697>.
- Juliana, J., Syiva, A. N., Rosida, R., Permana, E., Zulfikar, R. M., Muhamad, A., & Quadratov, I. (2024). Revisit Intention Muslim Tourists to Halal Tourism in Yogyakarta: Analysis of Facilities, Promotion, Electronic Word of Mouth, and Religiosity. *Review of Islamic Economics and Finance (RIEF)*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.17509/rief.v1i1.66961>.
- Jumaidin, Soraya, N., & Syukriati. (2025). Pengaruh Harga Tiket dan Atraksi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata D’Gonggres Bilebante Lombok Tengah. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 5(1), 180–191. <https://doi.org/10.51713/jotis.2025.5176>.
- Junensih, S. A., & Ratnawili, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga Dan Keamanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Suban Air Panas Curup. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2), 138–145. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v2i2.66>.
- Kaur, R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. <https://ebooks.inflibnet.ac.in/mgmt14/chapter/pricing-factors-affecting-pricing/>.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1679–1688. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1679-1688>.
- Kiki, E. (2024). *Master’s Degree Program in Data-Driven Marketing The Impact of Location-Related Attributes to Portugal’s Brand Image Motivating Factors for Digital Nomad Relocation*. Universidade NOVA de Lisboa (Portugal).
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan. (2020). *Template Memandu Muslim Traveler Dalam Pengembangan Pariwisata Daerah*.
- Korcz, N., & Ciesielski, M. (2024). Is the Level of Quality of Life Related to the Frequency of Visits to Natural Areas Forests, 15(12), 2257. <https://www.mdpi.com/1999-4907/15/12/2257>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson

- Education. <https://www.slideshare.net/slideshow/marketing-management-16th-edition-philip-kotler/277434472>.
- Lestari, N., & Herfianti, M. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 516–532. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5492>.
- Limanseto, H. (2025). *Mendongkrak Kinerja Sektor Pariwisata, Pemerintah Siapkan Berbagai Program Lintas Sektor*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6253/mendongkrak-kinerja-sektor-pariwisata-pemerintah-siapkan-berbagai-program-lintas-sektor>.
- Lisda, L., Sofyan, A. S., & Katman, M. N. (2024). Pengaruh Media Sosial, Aksesibilitas dan Fasilitas Islami terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Pulau Larea-Rea Kabupaten Sinjai dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderating. *Islamika*, 6(3), 873–888. <https://doi.org/10.36088/islamika.v6i3.4755>.
- Maulana, R. (2021). Pengaruh Harga Tiket Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 201–210.
- McLeod, S. (2024). Maslow's Hierarchy Of Needs. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/383241976_Maslow's_Hierarchy_of_Needs.
- Muh. Sugeng Riyadi S, & Heni Susilowati. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan Ditinjau Dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Di Heritage Palace Kartasura. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 124–134. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v13i1.451>.
- Nafi'ati, N. S., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Strategi Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *JLAGABI*, 10(2), 149–157.
- Nainggolan, J. M., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata. *Journal of Management and Economics Research*, 1(3), 103–108. <https://doi.org/10.62866/jomer.v1i3.118>.
- Napu, D. M., & Nurhidayat, W. (2019). *The Effect of Halal Destination Attributes on Visiting Decision*. 57–61. <https://www.atlantispress.com/proceedings/isot-18/125909348>.

- Nempung, A. A., Mahu, M. I., Luh, N., Widyanti, K., Wisma, P., Pratama, A., Made, N., Pradnyaningrum, W., Dwijayanti, N. M., Esa, P., Dewi, N., Ak, M., & Bali, P. N. (2025). Implementasi Strategi Digital melalui Pelatihan dan Pendampingan untuk Transformasi My Bali Family Menghadapi Tren Pariwisata. *Journal of Social Service and Empowerment*, 2(2), 11–17. <https://doi.org/10.56743/josse.v2i2.641>.
- Nugraha, E. F., & Soleha, L. K. (2021). Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(4), 330–336. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.387>.
- Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, Dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40–47. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5187>.
- Olya, H. G., & Al-Ansi, A. (2018). Risk Assessment Of Halal Products And Services: Implication For Tourism Industry. *Tourism Management*, 65, 460–475. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.015>.
- Pramudita, A. S. (2024). Increasing Awareness Of New Indonesia Tourism Destination Through Digital Distribution Channel as The Economic Equality. *Jurnal Logistik Bisnis*, 14(1), 1–5. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/logistik/article/view/3516/1302>.
- Pratiwi, E., Kusnandar, K., & Riptanti, E. W. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Di Rumah Atsiri Indonesia. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 118–133. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1077>.
- Pusparani, P. (2023). Pengaruh Faktor Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Kota Banda Aceh). *YUME : Journal of Management*, 6(1), 28–35. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3498>.
- Putra, A. T. A. (2025). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teoretis & Praktis)* (1st ed.). Penerbit Amerta Media.
- Rachmawati, M., & Sudiyono, S. (2023). *The Influence of Digital Marketing and Destination Image on Visiting Decisions at Merbabu Park Kopeng Tourist Destinations*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-5-2023.2333581>.
- Rachmidiani, A. N., & Edison, E. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lebakmuncang Kabupaten Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 174–190. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.282>.

- Rahmat Kinasih, L. C., & Abdurrahman, M. S. (2024). Digital Integrated Marketing Communications Strategies in Building Local Cultural Image for Achieving Tourism Sustainability: The Role of Local Community Involvement. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(11), 5321–5336. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i11.1276>.
- Ratnaningtyas, H., Rahmanita, M., & Asmaniaty, F. (2023). Pengaruh Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Dan Peningkatan Pelaku Wirausaha Di Destinasi Danau Cipondoh. *Jurnal Kepariwisata*, 22(2), 149–158. <https://doi.org/10.52352/jpar.v22i2.1079>.
- Safari, A., Edison, E., & Gita, V. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Kampung Cakrawala Kab. Sukabumi (The Effect Of Tourist Attractions And Accessibility On Visiting Interest In Cakrawala Village , Sukabumi Regency). *Jurnal Manajemen Dan Pariwisata*, 4(April), 135–156. <https://doi.org/10.32659/jmp.v4i1.416>.
- Safira, S., Dewi, N. Y. S., Agustina, A., Safina, S., & Fatawi, L. M. Z. (2025). Analisis Pengaruh Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim Dalam Memilih Destinasi Wisata Halal Di Lombok. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 8(2), 143–155. <https://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata/article/view/4496/1316>.
- Salim, E., Ali, H., & Yulasmi, Y. (2023). Visiting Decision Model: Products, Prices, and Digital Marketing Through Consumer Satisfaction Visiting Decision in Tourism in Solok Regency. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 313–325. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.53320>.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, M. H., & Fathor, A. S. (2024). Instagram dan Fasilitas Dalam Menciptakan Minat Berkunjung Kembali Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 14–29. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.566>.
- Sari, N., MS, M., & Erlina, E. (2023). Digital Content Marketing Influences People to Visit Tourist Destinations. *International Journal of Advances in Social Sciences and Humanities*, 2(3), 212–221. <https://doi.org/10.56225/ijassh.v2i3.244>.
- Sari, P. R. J., & Utami, L. K. P. (2025). Pengaruh Inovasi Produk,Harga,Tempat Dan Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumen Pada Kawasan Lembu Putih Desa Taro. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 5(1), 241–252. <https://doi.org/10.53625/juremi.v5i1.10668>.

- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 582–601. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1193>.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Setiawan, I., Hurriyati, R., Hendrayati, H., & Widjajanta, B. (2025). Enhancing Tourist Visits to Villages through Branding, Experience, and Digital Promotion: The Role of Value Creation. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(5), 3375–3388. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3604>.
- Suhardi, M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian By Muhammad Suhardi · 2023*. Penerbit P4I.
- Sujarweni, V. W. (2025). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sulistiyorini. (2021). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus di Objek Wisata Waturumpuk Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)* [Institut Agama Islam Negeri Ponorogo]. [https://etheses.iainponorogo.ac.id/13655/1/210717135_Sulistiyorini_Ekonomi Syariah.pdf](https://etheses.iainponorogo.ac.id/13655/1/210717135_Sulistiyorini_Ekonomi%20Syariah.pdf).
- Sumiansi, S., Fadjar, A., Sutomo, M., & Wanti, S. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung (Wisata Paralayang Matantimali). *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(1), 187–202. <https://doi.org/10.35912/sakman.v5i1.4294>.
- Supriyatna, W. (2025). The Influence of Ticket Prices and Physical Facilities on Visitor Interest at the Sunrise Point Sunan Ibu Tourist Attraction in Ciwidey, Bandung Regency, Indonesia. *Golden Ratio of Data in Summary*, 5(3), 389–397. <https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1222>.
- Surya, E. D., Felani, K. F., Tasril, V., & Andriani, A. (2023). Analysis of Tourist Attractions , Amenities and Accessibility to Tourist Visit Decisions Mediated by Digitalization Promotion. *International Journal of Economics and Management*, 01(02), 64–75. <https://doi.org/10.54209/iem.v1i02.8>.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 161–166. <https://doi.org/10.64464/tarbiyah.v2i1.25>.

- Syaiful, F., Neswardi, S., & Nadra, A. (2024). Pengaruh Harga Tiket Masuk Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pulau Pimpiang Alahan Panjang. *Journal of Applied Tourism Studies*, 1(1), 10–16. <https://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/Jatours/article/view/1685>.
- Talitha, C., Levyda, L., & Sulistyadi, Y. (2022). Pengaruh Promosi, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung ke Dunia Fantasi Ancol. *Journal of Applied Management Research*, 2(1), 66–75. <https://doi.org/10.36441/jamr.v2i1.571>.
- Tanuwijaya, L., Sundayana, D., Agung, G., Adrian, W., Adriansyah, E., & Ridwan, M. (2025). The Impact Of Digital Promotion Development On Tourist Visitation Levels In Pandanrejo Village, Purworejo District, Indonesia. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 12(01), 1–10. <https://doi.org/10.34013/barista.v12i01.2225>.
- Teguh. (2026, Februari 2). *Menutup 2025, Pariwisata Jawa Barat Tumbuh Menggembirakan*. Portal Jabar Pemerintah Provinsi Jawa Barat. <https://www.jabarprov.go.id/berita/menutup-2025-pariwisata-jawa-barat-tumbuh-menggembirakan-22984>.
- Triono, F., Asmanianti, F., Osman, I. E., Sugeng, N. W., & Riyadi, A. (2025). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jasmine Park Cisauk, Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 4(1), 73–82. <https://doi.org/10.52352/jham.v4i1.1821>
- Valencia, S., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 4(6), 363–378. <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/view/1290/1336>.
- Wadriman, W., & Hayati, A. F. (2024). Pengaruh Destination Image, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Eco Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan. *Jurnal Ecogen*, 7(2), 349–359. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v7i2.15824>.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 379–390. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2013>.
- Wibisono, M. R., & Arifiansyah, R. (2024). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 67–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>.

Wisdom. (2025). *Ticket Price: Significance and Symbolism*. Wisdom Library.

Yani, M. T., & Aliya, S. (2025). Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 4(2), 421–430. <https://doi.org/10.47233/jemb.v4i2.3384>.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**