

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, P., 1✉, K., Saputra, P. E., & Noviasari, R. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pinus Camp 2 Songgon. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 11546–11558.
- Ardiansyah, K., & Agung Nugroho, A. (2022). *EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi; Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat* (Vol. 11, Issue 1).
<https://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Arpan, Y. (2023). Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 561. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1075>
- Assaker, G., Vinzi, V. E., & O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management*, 32(4), 890–901. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.004>
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Hadi, A. A., Putu Sudana, I., & Sasrawan Mananda, I. (2023). *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI WISATAWAN NUSANTARA BERKUNJUNG KE PANTAI PASUT, TABANAN*.
- Islami, K. M., Anggriani, R., & Faerrosa, Lady. (2023). the Influence of Social Media Marketing, Destination Image on Visiting Decisions With Visiting Interest As an Intervening Variable. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 11(2), 147–164. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.403>
- Kerap, V. T., Ch Lintong, D. A., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan, F. (2022). *PENGARUH ADVERTISING, DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI PANTAI TULAP KECAMATAN KOMBI KABUPATEN MINAHASA THE INFLUENCE OF ADVERTISING, TOURIST ATTRACTIONS AND DESTINATION IMAGE ON THE INTEREST IN VISITING TULAP BEACH, KOMBI DISTRICT, MINAHASA REGENCY*. 10(3), 317–326.
- Khabibah, N., & Andjarwati, A. L. (2022). PENGARUH PLACE BRANDING DAN

ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Pada Pengunjung Lasem Kota Tua/ Pecinan di Rembang). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 157–170. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1559>

Makawoka, C., Soepono, D., Loindong, S., Dwi Pradita Makawoka, C., Soepeno, D., Loindong, S. S., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). *DAYA TARIK WISATA, CITRA DESTINASI DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI KENZO DESA KOMBI*. 10(3), 817–829.

Marpaung, H. (2020). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), DAYA TARIK WISATA, DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN PADA PEMANDIAN AIR PANAS SUMBER PADI KABUPATEN BATU BARA*.

Modernisasi, J. E., & Subianto, T. (n.d.). *STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>

Muslih, B., Meilina, R., & Sardanto, R. (2019). *CITY IMAGE KOTA KEDIRI SETELAH ADANYA BRAND "HARMONI KEDIRI THE SERVICE CITY*.

Nevşehir, S. Ç., Bektaş, H., & Çoban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. In *European Journal of Social Sciences* (Vol. 29, Issue 2). <http://www.europeanjournalofsocialsciences.com>

Prawira, D., Putra, T., Studi, P. D., & Perhotelan Jurusan Pariwisata, M. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang*.

Prayogi, B., Indriani Dalimunthe, F., & Tondang, B. (2023). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESA WISATA LUBUK KERTANG, KABUPATEN LANGKAT*.

Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>

Ratnaningtyas, H., Nurbaeti, N., & Rahmanita, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Pada Monumen Nasional DKI Jakarta. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 163–173. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.255>

Rizki, R. S., Karini, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., Yapari, P., & Tuffahati, Z. (2023).

Manajemen dan Pariwisata PENGARUH ATRAKSI WISATA DAN HARGA TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN DI SITU CANGKUANG (EFFECT OF TOURIST ATTRACTIONS AND PRICE ON TOURIST VISITING MOTIVATIONS IN SITU CANGKUANG).

- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Rosyidah, E., Sunarti, A., & Pangestuti, E. (2017). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PANTAI BALEKAMBANG KABUPATEN MALANG. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol (Vol. 51, Issue 2). www.indonesia.travel
- Sandra, K., & Dewanti, P. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA BERKUNJUNG KE PURA PUSEH DESA ADAT BATUAN, GIANJAR.
- Schiffman, L. (2019). *Consumer Behavior*.
- Sigalingging, T. W., Nurcahyanto, H., Marom, A., & Soedarto, J. (n.d.). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA CANDI GEDONGSONGO KABUPATEN SEMARANG.
- Sugiyono. (1967). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta*. CV. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Tangian, D. (2020). *Pengantar Pariwisata*.
- Tasci, A. D. A., & Kozak, M. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean? In *Journal of Vacation Marketing* (Vol. 12, Issue 4, pp. 299–317). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1356766706067603>
- Utama. (2017). *Pemasaran Pariwisata* (A. Ari (ed.); 1st ed.).
- Wahyuni, S., Anggriani, I., Iswidana,) , & Putra, U. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *Journal Ekombis Review*, 10. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.006>