

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Z. B. N., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi). *Jiagabi*, 10(1), 132–139.
- Aspita, D. R., & Sophian, S. (2023). Dampak Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Halal Kota Padang. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 2(2).
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Bogdadi, F., Lapian, J., & Roring, F. (2024). Pengaruh Postingan Media Sosial dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Survei Pada Pengunjung Wisata Goba Molunow Kabupaten Bolaang Mongondow Timur). *Jurnal EMBA*, 12(4), 886–896.
- Candraswari, P. D., Lestari, D., & Darsana, I. M. (2024). Peran Motivasi Sebagai Pemediator Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Pura Mengening Tampaksiring. 7(3), 118–123.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice* (3th ed.). Pearson Education.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Firmansyah, F. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(04), 1069–1079. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education. www.ebook3000.com
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4801–4810.

- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafijah, E. A., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2025). The Effect Of Tourist Attractions And Ticket Prices On Visiting Decisions Through Visiting Interest. *7th Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (1st ed.). Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*, 12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*.
- Junensih, A. S., & Ratnawili. (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).
- 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(2), 1679–1688. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1679-1688>
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Krisnayani, N. K., Liestiandre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2), 134–143. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>
- Lebu, C. F. K., 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*, 7(4), 5505–5514.
- Milala, G. A. P. B., Tambunan, S. R., & Netty, N. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Di Air Terjun Sikulikap. 22–32.
- Mulyantari, E., & Risangaji, A. T. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1). <https://doi.org/10.36275/mws>
- Mutia, S., & Ahmady, D. (2023). Manajemen Digital Marketing Dan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Pengunjung Melalui Minat Berkunjung

- Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Taman Wisata Celosia Garden Kabupaten Aceh Jaya. *9*(2), 255–265.
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal EMBA*, *9*(2), 92–100.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. IDEA Press Yogyakarta.
- Nurjaman, M., & Basari, M. A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, *3*(2).
- Pangesty, A. K., Purwanto, H., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata The Lawu Park. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* *6*, 6(September).
- Pitana, I Gde., & Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi pariwisata: Kajian sosiologi terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. *Management and Business Review*, *5*(2), 251–264. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>
- Rahmansyah, M., Kusnadi, E., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Ewom Dan Daya Tarik Wisata Dalam Menentukan Keputusan Berkunjung Pada Ekowisata Kampung Blekok Di Kabupaten Situbondo Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, *1*(1), 137–153.
- Robbins, S. P. (2006). *Organizational Behavior* (11th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (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>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *4*.
- Samosir, M. T., & Ismayuni, T. U. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Minat Pengunjung di Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai. *14*(1).

- Saputra, D., & Meirina, I. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisata di Pulau Belibis Kota Solok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 2201–2208.
- Sari, A. N., & Suyuthie, H. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman. 6, 1130–1134.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition. In *Pearson Education*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, Joe. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education, Inc. [https://doi.org/10.1016/S0025-6196\(11\)64898-2](https://doi.org/10.1016/S0025-6196(11)64898-2)
- Setianingsih, P. W., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Pundensari Wilayah Madiun). Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5.
- Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. 5(1), 24–31.
- Sidabutar, Y. S., Rismawati, R., & S, E. Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 1–13.
- Simanjuntak, T. C., & Nursiah. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie Mansion Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 13621–13640.
- Spillane, J. J. (1994). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Sugianto, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Daya Tarik Wisata, Dan Fasilitas Terhadap Minat Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastry, H., Stiadi, M., & Kurniadi, H. (2025). Pemasaran Digital Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Tamborasi Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 11(1), 151–160. <http://www.jurnal.eka-prasetya.ac.id/index.php/>
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Salemba Empat.
- Sunaryo, S. A., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Promosi dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Seluruh Pujasera di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(1), 1–20.

- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (IV)*. Andi.
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Warman, B. P., Zulvianti, N., & Putri, H. M. (2024). Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan PENGARUH*, 4(3), 285–302.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). *Pengantar Pariwisata*. IPB Internasional Press.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT Balai Pustaka.
- Yuliyani, & Suharto. (2022). Pengaruh ewom di Instagram terhadap minat berkunjung dan dampaknya terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Yogyakarta (studi kasus pada akun @explorejogja). *Journal Of Tourism And Economic*, 5(2), 161–177. <https://doi.org/10.36594/jtec/ez5brw89>
- Yusnita, V. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Agrowisata Melalui Penguatan Peran Kelompok Wanita Tani (Studi di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 10(1), 9–18.
- Zaenuri, M. (2012). Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi. In *e-Gov Publishing* (Vol. 1).