

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459.
- Aktamati, W., & Fatharani, A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Gunung Telomoyo. *Ilmiah, Jurnal Pendidikan, Wahana*, 10(April), 1087–1096.
- Andini, R. D., Nurfarida, I. N., & Rusno. (2024). Efek digital marketing terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata dimediasi oleh minat berkunjung. *MBR (Management and Business Review)*, 8(1), 62–73.
- Anggoro, D. A., & Baskoro, D. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 5(2), 81–106.
- Apriani, A. (2024). Implementasi Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata sebagai Dasar Pedoman Dalam Pengembangan Pariwisata Di Indonesia. *Journal Of Law and Nation (JOLN)*, 3(3), 573–580.
- Apriliani, R., & Nurtjahjani, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jawa Timur Park 1 Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 229–233.
- Ardiansyah, K., Sumar, & Nugroho, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 101–113.
- Arrizki, M. Z., Trihudityatmanto, & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Electronic

- Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Alam Posong di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(5), 18–35.
- 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.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *IQTISHA Dequity*, 4(1), 1–10.
- Exreana Karundeng, M., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517.
- Fadhillah, A. S., Febrian, M. D., Prakoso, M. C., Rahmaniah, M., Putri, S. D., & Raden Siti Nurlaela, S. TP, M. T. (2024). Sistem Pengambilan Contoh Dalam Metode Penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228–7237.
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 15(2), 292–297.
- Fitria, L., & Umar, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1).

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares PLS: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0* (2nd ed.).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Danks, N. K. P. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.
- Idris, M. F., & Ratmono. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Iklan, Persepsi Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Gojek Di Kota Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(1), 182–190.
- Juwita, I., & Hariyanto, O. I. B. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 20–28.
- Lapalanti, M. Z. H., Juanna, A., Biki, S. B., & Yantu, I. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Pantai Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. *Jambura*, 6(2), 450.

- Lusianingrum, F. P. W., & Pertiwi, W. N. B. (2023). Applying Stimulus-Organism-Response (Sor) Adoption for Predicting Generation Z's Intention to Visit Tourism in Indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 3(4), 277–288.
- 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.
- Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 13–24.
- Maulana, R., Raharjo, J. S. D., & Hakim, A. L. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Citra Destinasi Dan Harga Tiket Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus di Tempat Wisata DM Tirta Persada Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang). *In Prosiding Seminar Nasional Administrasi Banten*, 1(1), 160–166.
- Miranda, Awaliyah, F., Adinasa, M. N., & Febrianti, T. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Eptilu. *Jsep: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 20(2), 173–186.
- 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.

- Musliha, & Adinugraha, H. H. (2022). Digital Marketing in Tourism Destinations. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 130–137.
- Nugroho, B. C. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Gunung Kelud Di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(3), 35–48.
- Nurjaman, M., Sukomo, S., & 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), 123–131.
- Pahrudin, P., Chen, C., & Liu, L. (2021). A modified theory of planned behavioral: A case of tourist intention to visit a destination post pandemic Covid-19 in Indonesia. *Heliyon*, 7(11).
- Prasetio, Ariq Naufal, Indriani, & Farida. (2022). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan Disclosure Of Sponsorship Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Brand Attitude Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Generasi Z di Instagram). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5), 2337–3792.
- Putranti, A. L. C., & Rokhman, N. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Heha Sky View Kabupaten Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 55.
- Putri, I. S. A., Arifin, R., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Event Pariwisata, Digital

- Marketing, Harga , Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Watukarung Kabupaten Pacitan. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 4498–4506.
- Rahayaan, D., Soetiksno, A., & Wattimena, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. BFI Finance Cabang Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2), 384–396.
- Ramadhan, G. A., Budiastuti, E., & Fata, M. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 3(4), 340–352.
- Ramadhien, Y. Z., Nurtjahjani, F., & Zaini, A. (2024). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(3).
- Ramdhani, A. S., & Astuti, S. R. T. (2019). The analysis of relationship between experiential marketing, service quality, visitors' satisfaction, and revisit intention: study on tourism industry. *Diponegoro International Journal of Business*, 2(2), 107.
- Regalado-Pezúa, O., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2023). Perceived value and its relationship to satisfaction and loyalty in cultural coastal destinations: A study in Huanchaco, Peru. *PLoS ONE*, 18(8 August), 1–16.
- Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital.

INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research, 1(1), 29–40.

Rochis, Z., & Budi Setiawan, M. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Efektivitas Iklan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce di Era Digital. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 12(1), 1–17.

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.

Saleh, M., & Syarifuddin, M. (2023). Aksesibilitas Informasi dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang Terhadap Produk , Fitur Produk dan Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare. *BALANCE*, 12–33.

Sari, N., Suharto, A., & Izzuddin, A. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Tiara Park Waterboom Jember. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 13(2), 40–49.

Segara, S. C., Effendi, I., & Lubis, A. (2023). The influence of brand image and digital marketing on the decisions to visit tourists to improve the community's economy in Sayum Sabah. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1541.

Setiyowati, A., Purnomo, H., & Kurriwati, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Gua Jeruk, Desa Kebonagung, Kabupaten Sumenep. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(15), 102–114.

- Sidik, A. M. M., & Lutfia, E. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Wisatawan Agro Edu Park Mabda Islam Sukabumi). *Vifada Management and Social Sciences*, 2(1), 24–39.
- Sofia, H., Basamalah, M. R., & Dianawati, E. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kota Batu. *E-JRM Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 707–714.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Timotius, H., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol. *Human Capital Development*, 10(3).
- Wara, K. U. (2023). *Examining The Influence Of Affordability And Accessibility On. February*.
- Wardana, M. A., & Sudarmawan, W. E. (2023). Exploring The Influence Of Trust On Intention To Visit Bali: A Theory Of Planned Behavior Analysis. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7871–7880.
- Yeni, A. C. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Daya Tarik Wisata, terhadap Keputusan Berkunjung dan Loyalitas Wisatawan di Objek Wisata Depati VII Coffee. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1253 – 1261.
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Akademi*

Pariwisata Indonesia Jakarta, 7.

Yulianti, D., & Muizz Abdul Wadud Kasyful Anwar, A. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Trijaya Kuningan, Jawa Barat. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 2(1), 33–43.