

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Makassar : CV. Syakir Media Press
- Agatha, F., Putra, Y. P., & Utami, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Pasir Putih Karanggoso Kabupaten Trenggalek. *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 8(2), 81-90.
- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitrialoka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337-347.
- 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.
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019, September). Pengaruh fasilitas, harga tiket dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung di obyek wisata telaga ngebel. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 1).
- Ardi, R. P., & Widiyanti, S. (2025). Analisa Komunikasi Word of Mouth Dalam Mendukung Pemanfaatan Media Digital Berbasis Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2), 51-61.
- Ardiansyah, I., & Mulia, B. (2019). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di taman impian jaya ancol Jakarta dengan metode structural equation modeling. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2235-2248.
- Armutcu, B., dkk. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, Volume 240. Hlm.1-15
- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890-899.
- Arystiana, P. D. (2021). Identifikasi Accessibility Pada Objek Wisata Di Desa Sambangan Sebagai Desa Wisata. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(2), 52-59.
- Asikin, N., Taufik, M., & Nawangsih, N. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (Studi pada pengunjung Kolam Renang Veteran Lumajang)*. Progress Conference, 2(1), 597–603. Retrieved from Progress Conference proceedings website

- Aspita, R. D., & Sophian, S. (2023). Dampak Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Halal Kota Padang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 178-191.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223-232.
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). Daya tarik wisata, motivasi dan keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115-123.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- 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.
- Dethan, S. H., Widiyasti, B. D., Wardi, P. A., & Ramdani, R. (2025). PERAN DIGITAL MARKETING DAN E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG OBJEK WISATA KABUPATEN LOMBOK BARAT. *ECONOMIST: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 80-88.
- Esmeralda, E., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023, October). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Word Of Mouth dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Sawah Kalimbuang Kabupaten Toraja Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 2, pp. 101-117).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghani, Y. A., Fitriani, A., Anissa, R. N., & Dedy, A. (2022). Pengaruh Promosi Digital Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Bunihayu Kabupaten Subang. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 4(2), 77-88.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SMartPLS 3.0.
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). New York: Routledge.
- Hair Jr., William C., Black Barry J., & Babin Rolph. (2014). *Preason new International Edition*. England and Associated Companies throughout the word
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.C., & Anderson, R.E. (2021). *Multivariate Data Analysis Eight Edition*. Amerika Serikat: Cengage Learning, EMEA.

- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sartsdedt, M. (2017). A Primer on Partial least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. Amerika Serikat: SAGE Publications.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M., & Ringle, C.M. (2019). When To Use and How To Report The Results of PLS-SEM. *Journal in European Business Review*. 3-25.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64-76.
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (partial least square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1(1), 1-11.
- Hartini, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka raya. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(1).
- Hildayanti, S. K., & Satriyani, I. T. (2022). Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 149-158.
- Inskeep, e. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustained Development Approach. Van Nostrand Reinhold.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan. *Jurnal Ecopreneur*. 12, 4(2), 122-131.
- Irwan, I., & Adam, K. (2015). Metode partial least square (PLS) dan terapannya (Studi kasus: analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan PDAM unit camming kab. Bone). *Teknosains: Media Informasi Sains dan Teknologi*, 9(1), 53-68.
- Jannah, B. (2014). *Pengaruh city branding dan city image terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Banyuwangi* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Jefri Putri Nugraha, dkk (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Joesyiana, K. (2018). THE EFFECT OF WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE (ONLINE SHOP) IN PEKANBARU: Survey of 7th Semester Students of Economics Accounting Education, Faculty of Teacher Training and Education, Islamic University of Riau. *Valuta*, 4(1), 71-85.

- 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.
- Kock, N. (2020). Harman's single factor test in PLS-SEM: Checking for common method bias. *Data Analysis Perspectives Journal*, 2(2), 1-6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.) Pearson.
- Kristina, P. A., 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(1), 11546-11558.
- Lestari, H. D. (2025). Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Becici Yogyakarta. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(1), 33-49.
- Lidia, F., & Sanusi, U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Mbeach Kalianda Lampung Selatan. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 1450-1462.
- Manurung, R. S., Lubis, N. W., & Hasyim, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Pasir Putih Parparean Kabupaten Toba. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 43-57.
- 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.
- 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 Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 13-24.
- Maulin, A. F., & Sabana, C. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG: DI KOLAM RENANG TIRTA ARUM BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN. *Journal of Accounting and Management's Student*, 1(2).
- 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.
- Mulyantari, E. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1), 81-89.

- Mutia, S., & Ahmady, N. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Pengunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Taman Wisata Celosia Garden Kabupaten Aceh Jaya. *Asia-Pacific Journal of Public Policy*, 9(2), 255-265.
- Nadya, N. (2016). Peran digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 133-144.
- Napu, Della., Nurhidayat, W., Novianti, F., Maelani, I., & Rahma, N. A. (2024). Dampak Pemasaran Digital terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Cisema. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 161-170.
- Narwastuti, P. N., Rahayu, P., & Pujantiyo, B. S. Analisis Aksesibilitas Pariwisata Menuju Kawasan Objek Wisata (Studi Kasus: Kawasan Wisata Air di Kecamatan Polanharjo). *Cakra Wisata*, 25(2), 52-67.
- Ningrum, S., Monoarfa, M. A. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 225-241.
- Novitasari, A. D., Mulyati, A., & Pratiwi, N. M. I. (2019). pengaruh Word of Mouth dan Lifestyle terhadap keputusan berkunjung di jatim park 3. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Pongkok. *Jurnal Pijar*, 1(3), 342-355.
- Poli, P. Y. C., Lapian, S. J., & Loindong, S. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821-832.
- Prayogi, B., Dalimunthe, F. I., & 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. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 1214-1219.
- Primadewi, E., Rispantyo, R., & Wardiningsih, S. S. (2020). Analisis Faktor Promosi, Aksesibilitas Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo). *JAMASADA: JURNAL MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*, 14.
- Pundissing, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra'Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 2(1), 71-84.

- Putra, I. G. N. B. S., Wardana, M. A., & Darsana, I. M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 4(1), 630-649.
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- Ramadhan, I., & Nugraha, H. S. (2016). Pengaruh produk wisata dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (Studi kasus pada pengunjung objek wisata pantai klayar). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 438-448.
- Rambulangi, A. C., Pasoloran, O., Limbongan, M. E., Biringkanae, A., Rundupadang, H., & Palimbong, Y. (2024). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Museum Ne'gandeng Kabupaten Toraja Utara. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 3878-3891.
- Rero, S., & Prayogi, P. A. (2023). Strategi Pengembangan Air Terjun Yeh Pikat Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Taro Kabupaten Gianyar. *Jurnal Daya Tarik Wisata*, 5(2), 25-29.
- Rizki, R. S., & Nurani, N. (2019). Word of mouth terhadap keputusan berkunjung di Tahura Ir. H. Djuanda. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 43-49.
- 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.
- 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.
- Samuel., Rahadian, W. R., & Utami, N. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kebun Raya Bogor. *Bogor Hospitality Journal*, 6(2).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan Terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781-792.
- Setiabudhi, dkk (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan Smart Pls 4*. Balikpapan.
- 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. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 12-17.
- Sidabutar, Y. S., Tambunan, R. A., & Novita, V. (2023). Pengaruh Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kebun Efi Siosar. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 4(1), 299-308.
- Sofia, H., Basalamah, 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.
- Subagiyo, R., & A. S. (2022). *Pelatihan SmartPls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis*. Jakarta Timur: Alim's Publising Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Supranto, J. (2018). *Manajemen pariwisata dan perhotelan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sutanto, S. T. A., Widiartanto, W., & Prihatini, A. E. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Pantai Pasir Kencana). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 639-648.
- Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328-341.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448
- Valentino, I. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Vol. 53).
- Vilda, G. W., Hufon, M., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Waterboom 88 Bululawang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(19).
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Widiati, F. A., Mas, O. (2022). The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism

Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

- Wirdayanti, A. (2021). Pedoman Desa Wisata Edisi II. *Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia*.
- Yasnida, Y., Kartini, K., & Mardoni, A. (2025). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Puncak Lawang. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 4(1), 73-87.
- Yasnida, Y., Kartini, K., & Mardoni, A. (2025). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Puncak Lawang. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 4(1), 73-87.
- Yolanda, F., Yuliana, Y., & Pramudia, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).
- Yuhana, Y., Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 77-87.