

DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Siaran Pers: Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya.” [Online]. Available: <https://www.kemendikbud.go.id/Berita/Siaran-Pers-Menpar-Optimistis-Capaian-Kinerja-Pariwisata-2024-Lampau-Realisasi-Tahun-Sebelumnya>
- [2] D. G. Nirwaty Tarigan, Binur Pretty Napitupulu, Ivan Benedict Tambunan And R. S. Padriadi Wiharjokusumo, Mega Williandani, Lyandru Tambunan, Bambang Famuji, “Pengenalan Wisata Dan Hygiene Hotel Bagi Siswa/I Sd Kasih Tulus School, Kabupaten Deli Serdang,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., Vol. 3, No. 1, Pp. 10–27, 2018, [Online]. Available: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- [3] F. Zakaria And R. D. Suprihardjo, “Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata Di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan,” *J. Tek. Pomits*, Vol. 3, No. 2, Pp. 2301–9270, 2014.
- [4] I. Salsabila And A. Y. Puspitasari, “Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Dalam Pengembangan Desa Wisata,” *J. Kaji. Ruang*, Vol. 3, No. 2, P. 245, 2023, Doi: 10.30659/Jkr.V3i2.29524.
- [5] M. Renandi Ekatama, D. Warisi, T. Lintang, S. Ria, And F. Bisnis, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Di Desa Pahawang Tourism Village Development Strategy In The Context Of Increasing The Economy In Pahawang Village,” *Insa. MANDIRI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 15–20, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.stikestrimandirisakti.ac.id/index.php/Insanmandiri>
- [6] “Wana Wisata Sirah Pemali Winduaji.” [Online]. Available: <https://visitjawatengah.jatengprov.go.id/id/destinasi-wisata/wana-wisata-sirah-pemali-winduaji>
- [7] I. G. A. D. M. Prameswari And I. Rachmawati, “Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Objek Wisata Bali Zoo Park),” *E-Proceeding Manag.*, Vol. 8, No. 4, P. 3204, 2021.
- [8] E. Sarmigi And E. Parasmala, “Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh,” *Al-Dzahab*, Vol. 2, No. 2, Pp. 93–105, 2021, Doi: 10.32939/Dhb.V2i2.946.
- [9] E. G. Rokhayah And Ana Noor Andriana, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara,” *J. Kaji. Dan Terap. Pariwisata*, Vol. 2, No. 1, Pp. 10–18, 2021, Doi: 10.53356/Diparojs.V2i1.43.
- [10] M. Rifansyah And D. Sihombing, “Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Daya

- Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang,” *J. Ekon. Dan Bisnis Digit.*, Vol. 1, No. 3, Pp. 153–170, 2022, Doi: 10.55927/Ministal.V1i3.1149.
- [11] G. Mas, S. Kirana, B. Mandala, N. Made, And A. Aksari, “Pemasaran Media Sosial Memoderasi Hubungan Antara Destination Image Dan Tourist Satisfaction Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Berkunjung Ke Jimbaran),” Vol. 21, 2025.
- [12] P. Andiaresmi And R. Pramono, “Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor,” *Metta J. Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No. 4, Pp. 373–381, 2023, Doi: 10.37329/Metta.V3i4.2817.
- [13] S. Sumatri And M. G. N. A. Pribowo, “Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Wisata Kampoenng Durian Bengkulu Tengah),” *J. Entrep. Dan Manaj. Sains*, Vol. 4, No. 2, Pp. 681–694, 2023, Doi: 10.36085/Jems.V4i2.5560.
- [14] S. Kanwel, Z. Lingqiang, M. Asif, J. Hwang, A. Hussain, And A. Jameel, “The Influence Of Destination Image On Tourist Loyalty And Intention To Visit: Testing A Multiple Mediation Approach,” *Sustain.*, Vol. 11, No. 22, 2019, Doi: 10.3390/Su11226401.
- [15] R. Octafian, J. A. Putri, D. T. Putra, G. A. Khoiri, A. A. Alnilam, And M. A. Putra, “Pengaruh E-WOM Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Lama Semarang Of Mouth (E-WOM). E-Wom Adalah Opini Positif Dan Negatif Yang Disampaikan Oleh Pelanggan Mengenai Pendapat Suatu Layanan Ataupun Brang , Yang Terjadi Seca,” *J. Ilm. Pariwisata*, Vol. 2, No. 2, 2023.
- [16] A. T. Darmawan And M. B. Setiawan, “Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang),” *Jesya*, Vol. 7, No. 1, Pp. 778–789, 2024, Doi: 10.36778/Jesya.V7i1.1412.
- [17] M. F. Noorrahman And M. Sairin, “Analisis Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Upt Puskesmas Rawat Inap Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara,” *SENTRI J. Ris. Ilm.*, Vol. 2, No. 12, Pp. 5475–5481, 2023, Doi: 10.55681/Sentri.V2i12.1988.
- [18] J. P. Ayu, “Pengaruh Pemasaran Digital Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari Di Kepulauan Seribu,” *J. Ilm. Pariwisata*, Vol. 26, No. 3, P. 223, 2021, [Online]. Available: <http://Jurnalpariwisata.Stptrisakti.Ac.Id/Index.Php/JIP/Article/View/1478>
- [19] D. Whatmough, “8. Digital Marketing,” *Digit. PR*, P. 192, 2018, Doi: 10.1108/978-1-78756-619-420181009.

- [20] R. Fay, "Meru," *African Am. Stud. Cent.*, Vol. 3, 2005, Doi: 10.1093/Acref/9780195301731.013.42425.
- [21] E. K. B. Pelawi And R. Rismawati, "Pengaruh Fasilitas Dan Bauranpromosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Event Bazaar Jakarta Fest Di Medan," *J. Ris. Manaj.*, Vol. 2, No. 2, Pp. 54–59, 2024.
- [22] M. Yuyun Mardiyani, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang," *Manag. Anal. J.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 65–75, 2015.
- [23] S. Ath'af And S. Sukaris, "Pengaruh Destination Image, Electronic Word Of Mouth, Dan Accessibility Terhadap Decision To Visit Wisatawan Pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik," *J. Manaj. Strateg. Dan Apl. Bisnis*, Vol. 7, No. 2, Pp. 211–222, 2024, Doi: 10.36407/Jmsab.V7i2.1233.
- [24] Nurita Andriani And Nuri Ma'rifatullaili, "The Influence Of E-Wom And Destination Image On Tourist Visiting Decisions To Ekasoghi Beach Sumenep Regency," *Daengku J. Humanit. Soc. Sci. Innov.*, Vol. 2, No. 6, Pp. 869–878, 2022, Doi: 10.35877/454ri.Daengku1335.
- [25] P. Name *Et Al.*, "Pengaruh Motivasi Terhadap Kepu Tusan Berkunjung Di Pantai Meng Anti Kabupaten Kebumen Ani Puspawigati," *Pariwisata*, Vol. 10, P. 119, 2023.
- [26] N. D. P. Ramadhani, Rini, And H. Setiawan, "Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam The Influence Of 3A On The Decision To Visit Tourists At The Air Terjun Temam Tourist Attraction," *J. Terap. Ilmu Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 3, P. 165, 2021, [Online]. Available: [Http://Jurnal.Polsri.Ac.Id/Index.Php/Jtiemb](http://Jurnal.Polsri.Ac.Id/Index.Php/Jtiemb)
- [27] Y. Seminari Sidabutar And E. Yunita, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah," *Konf. Nas. Sos. Dan Eng. Politek. Negeri Medan*, Vol. 3, No. 1, Pp. 46–52, 2022.
- [28] S. Lingga And Z. Kemala, "Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lamajang," *Manaj. Dan Pariwisata*, Vol. 1, No. 1, Pp. 66–75, 2022, Doi: 10.32659/Jmp.V1i1.200.
- [29] E. Pratiwi, K. Kusnandar, And E. W. Riptanti, "Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Di Rumah Atsiri Indonesia," *J. E-Bis*, Vol. 7, No. 1, Pp. 118–133, 2023, Doi: 10.37339/E-Bis.V7i1.1077.
- [30] M. Yusuf, "Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Destination Image Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Pariwisata Syariah Di Provinsi Sumatera Barat," *Al-Hikmah J. Agama Dan Ilmu Pengetah.*, Vol. 17, No. 2, P. 28, 2020.

- [31] D. Hermawan And N. M. D. K. Putri, “Optimalisasi Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Di Indonesia,” *Al Qalam J. Ilm. Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, Vol. 17, No. 1, P. 351, 2023, Doi: 10.35931/Aq.V17i1.1809.
- [32] S. Malikhah, M. Fadhilah, And H. Welsa, “Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta,” *J-MAS (Jurnal Manaj. Dan Sains)*, Vol. 8, No. 2, P. 1817, 2023, Doi: 10.33087/Jmas.V8i2.1479.
- [33] A. E. Gustia And T. Putra, “Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat,” *J. Kaji. Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, Vol. 2, No. 1, Pp. 7–12, 2021, Doi: 10.24036/Jkpbp.V2i1.24872.
- [34] I. S. H. Yusuf And R. Pratama, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Pulau Maitara),” *J. Mitra Manaj.*, Vol. 4, No. 11, P. 1356, 2020, Doi: 10.52160/Ejmm.V4i11.481.
- [35] A. D. Sari, N. M. S. Wijaya, And I. M. K. Negara, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Bali Zoo Pada Era New Normal,” *J. IPTA*, Vol. 10, No. 2, P. 206, 2023, Doi: 10.24843/Ipta.2022.V10.I02.P03.
- [36] S. Ajid, S. Abdul Haji, And I. S. Hi Yusuf, “Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pulau Maitara Desa Maitara Utara,” *J. Pemasar. Kompetitif*, Vol. 7, No. 1, Pp. 18–30, 2023, Doi: 10.32493/Jpkpk.V7i1.30227.
- [37] A. Romadhoni, S. D. Nugroho, And S. Sudiyarto, “Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Kampoeng Anggrek Kediri,” *Berk. Ilm. Agridevina*, Vol. 10, No. 1, Pp. 59–68, 2021, Doi: 10.33005/Adv.V10i1.2615.
- [38] G. Andreas, W. Sumanti, D. Ismail, I. G. Dirga, And S. Arya, “Sumanti Et Al 2022_MIRIPP,” Vol. 01, No. 12, Pp. 3601–3625, 2022.
- [39] D. Riadi, L. A. Permadi, And W. Retnowati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan,” *J. Ris. Pemasar.*, Vol. 2, No. 2, Pp. 38–49, 2023, Doi: 10.29303/Jrp.V2i2.2678.
- [40] S. Diana, A. Syahril, D. Anggreni, And F. E. Wari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien,” *J. Telenursing*, Vol. 5, No. 2, Pp. 3266–3272, 2023, Doi: 10.31539/Joting.V5i2.7710.
- [41] C. Cesariana, F. Juliansyah, And R. Fitriyani, “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace,” *J. Manaj. Pendidik. Dan*

Ilmu Sos., Vol. 3, No. 1, Pp. 211–224, 2022.

- [42] S. Mutia And D. Ahmady, “Manajemen Digital Marketing Dan Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Taman Wisata Celosia Garden Kabupaten Aceh Jaya,” *Policy*, Vol. 01, No. 2, P. 256, 2023.
- [43] G. T. Mulyansyah And R. Sulistyowati, “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya,” *Pendidik. Tata Niaga*, Vol. 9, No. 1, Pp. 1097–1098, 2020, [Online]. Available: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- [44] I. G. Ngurah, B. Suarna, M. A. Wardana, And I. M. Darsana, *Pengaruh Digit. Mark. Dan Electron. Word Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan*, Pp. 1–20, 2023.
- [45] S. H. P. P. Daulay, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari,” *J. Creat. Agung*, Vol. 12, No. 2, Pp. 1–19, 2022.
- [46] J. Situmorang, R. Sembiring, And J. A. T. P. Sianturi, “Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023),” *J. Ilmu Manaj. METHONOMIX*, Vol. 6, Pp. 1–13, 2023.
- [47] A. Rahmat Fajrin, G. Wijayanto, And S. E. Kornita, “Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar,” *J. Ekon. Kiat*, Vol. 32, No. 1, P. 42, 2021, Doi: 10.25299/Kiat.2021.Vol32(1).7406.
- [48] T. A. Kornelius, R. K. Hudiono, U. Kristen, And S. Wacana, “Analisa Pengaruh Fasilitas Terhadap Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Angka Kunjungan Di Desa Wisata Kertalangu,” Vol. 4, Pp. 14589–14607, 2024.
- [49] M. T. Nanda And Y. Wangdra, “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Teno Sukses Abadi Di Kota Batam,” *J. Manaj. Dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2, P. 5, 2023.
- [50] M. Z. Arrizki, Trihudityatmanto, And H. Purwanto, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Alam Posong Di Kabupaten Temanggung),” *J. Akuntansi, Manaj. Perbank. Syariah*, Vol. 3, No. 5, Pp. 18–35, 2023.
- [51] M. Rachmawati And S. Sudiyono, “The Influence Of Digital Marketing And Destination Image On Visiting Decisions At Merbabu Park Kopeng Tourist Destinations,” No. January 2021, 2023, Doi: 10.4108/Eai.6-5-2023.2333581.
- [52] Elesya, S. Rotua, Chodidjah, And Suryani, “Pengaruh Destination Image ,

- Persepsi Harga , Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Mini Indonesia Indah (Tmii),” Vol. 10, No. 1, Pp. 1–16, 2023.
- [53] F. Y. Putri, “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta,” *J. Ris. Manaj. Dan Bisnis*, Vol. 17, No. 2, P. 83, 2023, Doi: 10.21460/Jrmb.2022.172.448.
- [54] R. Y. Riwu, D. P. Anggraini, And M. Musafa, “Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Words Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Raja Prailiu Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi,” No. April, Pp. 14–21, 2023.
- [55] K. Pasaribu And Yuliawati, “Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Konsumen,” *J. Ris. Manaj. Dan Bisnis Dewantara*, Vol. 2, No. 2, Pp. 99–112, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/Article/View/439>
- [56] H. Pariwisata And U. B. Mulia, “PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG,” Vol. 2, Pp. 63–71, 2024.
- [57] Saphira Wahyu Novitasari And Moechammad Nasir, “Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Inovasi Sarana Prasarana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata Di Solo,” *J. Manaj. Dirgant.*, Vol. 16, No. 2, Pp. 396–410, 2023, Doi: 10.56521/Manajemen-Dirgantara.V16i02.1012.
- [58] S. Fatimah, A. Solehudin, And N. Martini, “Strategi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Candi Jiwa Baru Jaya,” *Gorontalo Manag. Res.*, Vol. 5, No. 1, P. 117, 2022, Doi: 10.32662/Gomares.V5i1.1706.
- [59] A. Fina, A. Rohmah, A. Crusma Fradani, And A. Indriani, “Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan,” *Mandalika ISSN 2721 ...*, Vol. 1, No. 2, Pp. 110–117, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/Article/View/1387>
- [60] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif PROF Dr. Sugiyono*, Vol. 11, No. 1. 2019. [Online]. Available: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsiurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELES_TARI
- [61] R. Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, *On Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition.*, Vol. 1, No. 2. 2018.

- [62] P. D. Sugiyono, “METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,” 2022.
- [63] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, 5th Ed. 2014.
- [64] P. R. Sihombing And A. M. Arsani, *Aplikasi STATA Untuk Statistisi Pemula*, No. Februari. 2022.
- [65] S. Yamin, *Olah Data Statistik Smart Pls 3 Smart Pls AMOS & STATA*, 3rd Ed. Depok, Jawa Barat, 2023.
- [66] M. Sarstedt, C. M. Ringle, And J. F. Hair, *Handbook Of Market Research*, No. September. 2020. Doi: 10.1007/978-3-319-05542-8.
- [67] A. M. Musyaffi, H. Khairunnisa, And D. K. Respati, *Konsep Dasar Strustural Equation Model- Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smart PLS*. Ciputat, Tangerang Selatan, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=Kxpjeaaaqbaj&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- [68] M. Sarstedt, C. M. Ringle, And J. F. Hair, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, No. October 2023. 2021. Doi: 10.1007/978-3-319-57413-4_15.
- [69] I. Ghozali, *Structural Quation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square PLS*, 3rd Ed. 2011.
- [70] J. F. Hair, J. J. Risher, M. Sarstedt, And C. M. Ringle, “When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM,” *Eur. Bus. Rev.*, Vol. 31, No. 1, Pp. 2–24, 2019, Doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203.
- [71] N. Hazirah, M. Dzin, And F. Lay, “Ilmu Pendidikan Validitas Dan Reliabilitas Skala Efikasi Diri Yang Disesuaikan Dalam Konteks Malaysia Menggunakan Pendekatan PLS-SEM,” 2021.
- [72] F. P. Hamid, T. Wolok, And A. Juanna, “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Hiu Paus Botubarani,” *Jambura*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1085–1098, 2025, [Online]. Available: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- [73] V. M. Ompusunggu, R. A. Sitorus, And C. Siagian, “PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E- WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA KAWASAN WISATA DI KABUPATEN KARO No. 1, Pp. 64–77.
- [74] R. Apriliani And F. Nurtjahjani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jawa Timur Park 1 Kota Batu,” *J. Apl. Bisnis*, Vol. 9, No. 1, Pp. 229–233, 2023, Doi: 10.33795/Jab.V9i1.572.
- [75] Zeithaml., Valerie A., And L. L. Berry, “Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality,” *J. Retaling*, Vol.

64, No. 1, Pp. 12–40, 2018.

- [76] A. F. Maulin And C. Sabana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kolam Renang Tirta Arum Bojong Kabupaten Pekalongan,” *JAMS J. Account. Manag. Student*, Vol. 1, No. 2, Pp. 1–9, 2024.
- [77] Z. Yongkang, “Marketing Communication Theory: The Hierarchy Of Effects Model,” *J. Appl. Econ. Policy Stud.*, Vol. 5, No. May, Pp. 62–67, 2024, Doi: 10.54254/2977-5701/5/2024035.
- [78] Diksha Uniyal, “The Intersection Of Social Media, Influencer Attributes, And Travel Intentions: A Review Of Research Trends,” *J. Inf. Syst. Eng. Manag.*, Vol. 10, No. 33s, Pp. 90–109, 2025, Doi: 10.52783/Jisem.V10i33s.5461.
- [79] R. Maulana, J. S. D. Raharjo, And A. L. Hakim, “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),” *Pros. Semin. Nas. Adm. Banten*, Vol. 1, No. 1, Pp. 160–166, 2024, [Online]. Available: [Http://Kampus.Stiabanten.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Pena/Article/View/160%0Ahttp://Kampus.Stiabanten.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Pena/Article/Download/160/150](http://Kampus.Stiabanten.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Pena/Article/View/160%0Ahttp://Kampus.Stiabanten.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Pena/Article/Download/160/150)