

## DAFTAR PUSTAKA

- Anis Setiyorini, Umi Farida, Naning Kristiyana (2018). "Pengaruh Promosi melalui Media Sosial, Word of Mouth, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Bolang. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi.Vol 2 No.1
- Anjar Hari Kiswanto (2016). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Kembang. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Aprilia, F. (2015). "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)". Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 24. No.1
- Aprilia, Fitri (2015) Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung. (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 24 No. 1 Juli 2015.  
<https://media.neliti.com/media/publications/86013-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-minat-be.pdf>
- Ardiansyah (2020), "Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Knsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bima)", Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi, Vol.5, No.2, DOI: <http://dx.doi.org/10.30736%2F.v5i2.315>
- Daulay, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. Jurnal Creative Agung, 12(2), 1 – 19
- Fandi, Tjiptono. (2014). Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Fitriani, M., Syaparuddin, S., & Kusuma Edy, J. (2021). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 19–28. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v10i1.12496>
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hair, J.F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and, & Black, W. C. (2017). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition)*. In Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Handari, B. (2018). *Aksesibilitas Layanan Perpustakaan Bagi Penyandang Disabilitas Di Kabupaten Banjarnegara. Kajian Bidang Kepustakawanan Berbasis Kompetisi*.
- Hidayah, Nurdin. (2019). *Pemasaran destinasi pariwisata*. CV. Alfabeta
- Hidayat, T. T. N., Chalil, C., & Sutomo, M. (2017). Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 201–212. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.87>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isdarmanto. (2016). “Studi Kelayakan Aspek Strategis Desa Wisata Tembi Untuk Meningkatkan Pariwisata Dan Perekonomian Kabupaten Bantul Yogyakarta.” *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah* 10(01): 51–62.

- Karimah, S., & Hastuti, H. (2019). The Development Strategy Of Lake Kelimutu Tourist Attraction In Ende Regency. *Geosfera Indonesia*, 4(2), 188.
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. In *Jurnal Nasional Pariwisata*. <https://lib.unnes.ac.id/5883/>
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Listianingrum, A. (2019). Pengaruh daya Tarik, Aksesibilitas Dan fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Muaraja Indah Kota Tegal.
- Panjaitan, Roymon. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Bekunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29–38. <http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443>. [Diakses pada 25 Februari 2021]
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryadana, M Liga & Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta

- Suryati, Lili . (2015). Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Tampi, D. et al. (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 4 (1).
- Tjiptadi, M. (2019). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Utama, I Gusti Bagus Rai, (2016). Pemasaran Pariwisata. Andi. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka. A. (2016). "Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata". Jakarta; Balai Pustaka