

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. A. 2022. *Pengaruh E-Word Of Mouth dan Citra Wisata Terhadap Niat Berkunjung Pada Wisata Pantai Firdaus Kecamatan Kema. Jurnal EMBA, 10(4), 1194–1204.*
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Awaluddin, A., dan Haryanti, I. 2021. *Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. Manajemen Dewantara, 5(2), 93–105.* Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.26460/md.v5i2.10286>
- Ayumi, S. A., Riptanti, E. W., dan Khomah, I. 2022. *Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang). E-Bis, 6(1), 1–16.*
- Aziza, U. L. N., dan Purwanto, S. 2022. *Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan), 6(1), 2077–2084.*
- Boimau, A., Narendra, A. P., dan Latuperisa, R. 2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Mahasiswa Pada Perpustakaan Daerah Timor Tengah Selatan. Journal Papyrus: Sosial, Humaniora, Perpustakaan Dan Informasi, 2(4), 1–10.* Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.59638/jp.v2i4.20>
- Charli, C. O., dan Putri, D. A. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. Jurnal Ekobistek, 9(2), 40–48.* Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Dewi Untari, dan Fajariana, D. E. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Journal of Contemporary Asia, 2(2550–0805), 271–278.* Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.1080/00472330080000221>
- Dilla, D., Raharjo, S., dan Suprpto, H. 2021. *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Ladaya Kutai Kartanegara). Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 21(2), 78–95.* Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.956>

- Endra, F. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian: Statistika Praktis*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Fadilah, N. 2020. *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syariah ' ah. Ekonomi Syariah, 1(2721–7078)*. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Gazzally, Al., Andika, Dzia Ulhaq., dkk. 2023. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul*. *jurnal Majalah Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20, 30–42.
- Ghozali, I. 2018a. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____. 2018b. *Processing Data penelitian Menggunakan SPSS*. In *E-Book (1st ed.)*. *Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Adminstrasi Negara*. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://aceh.lan.go.id>
- Gunawan, C. 2018. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Hamid., Rahmad, Solling., dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran Moderen (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)* (Efitra (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.sonpedia.com
- Hanif, A., Kusumawati, A., dan Kholid Mawardi, M. 2016. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 38(1)*, 1–9.
- Husein, U. 2013. *Metode Penelitian Untuk Penelitian dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Isman, I., Patalo, R. G., dan Pratama, D. E. 2020. *Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata*. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Jufrizen, J. 2021. *Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja*. *Sains Manajemen*, 7(1), 35–54. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2277>
- Kotler, P & Keller, K. 2016. *Marketing Management (15 th)*. Jakarta: Erlangga.

- Mahardika, R. 2020. *Strategi Pemasaran Wisata Halal. Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65–86. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>
- Mahyarni, M. 2013. *Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*. *Jurnal El- Rizasah*, 4(1), 13.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Margareta, P., Ermawati, E ., dan Taufik, M. 2023. *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung di Pemandian Waterpark Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang*. *Journal of Organization and Bussines Management*, 6, 455–464.
- Mudhofar, M. 2021. *Performance Allowance, Motivation, Employees' Work Achievement And Organizational Performance Among Government Employees*. *Jurnal Administrasi Publik : Public Administration Journal*, 11(1), 101–110. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.31289/jap.v11i1.4963>
- _____ dan Gumanti, T. 2018. *Peran Kepemimpinan Sebagai Pendorong Prestasi Kerja Pegawai Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lumajang*. *Politico*, 18(2), 236–264. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.32528/politico.v18i2.1658>
- Nadila, A., Saragih, L., dan Tarigan, W. J. 2022. *Pengaruh Recreational Satisfaction Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisata Kebun Teh Sidamanik Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2), 133–142.
- Nanda, M.T, W., dan Yvonne. 2017. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Teno Sukses Abadi Di Kota Batam*. *Manajemen*, 1–11. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2780
- Novta, A., Liestiadre, H. K., dan Aridayanti, D. A. N. 2022. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Ubud*. *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 37–45. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.604>
- Nugroho, Y, A. 2011. *it's easy Olah Data Dengan SPSS*. Jakarta: Skripta Media Creative.

- Paramita, R. W. D. dan Rizal, N. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa* (E. Biqawi (ed.); 2nd ed.). Yogyakarta: Azyan Mitra Media.
- _____, Sulistyan, R. B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. In M. Mursyid (Ed.), *Widya Gama Press* (3rd ed.).
- Pasaribu, K., dan Yuliatwati. 2019. *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(2), 99–112. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/439>
- Prasetyo, B., Hidayat, W., dan Ngatno, N. 2022. *Pengaruh Fasilitas dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 134–141. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34132>
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Putri, R. A., Farida, N., dan Dewi, R. S. 2014. *Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225–235.
- Rahayu, D. N., Taufik, M., dan Irwanto, J. 2020. *Pengaruh Fasilitas Perpustakaan dan Pelayanan Pustakawan Terhadap Kepuasan Berkunjung di Perpustakaan Umum Kabupaten Lumajang*. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 3(3), 160–165.
- Rulita, Y. M., Robustin, T. P., dan Fauziah, A. 2021. *Minat Kunjung Ulang Tirtosari View Desa Sumbersari Lumajang Ditinjau dari Citra Destinasi dan Fasilitas*. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 4, 116–123.
- Sari, A. N., dan Suyuthie, H. 2022. *Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman*. *Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1130–1134. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3029>
- Setiawan, H., Ridho, S. L. Z., dan Yanti, D. J. 2019. *Keterkaitan antara electronic word of mouth, citra destinasi dan minat berkunjung ke gunung dempo*. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 143–149.

- Setyowati, H., dan Liliyan, A. 2022. *Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 24–31. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.44773>
- Soinbala, R., dan Bessie, J. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert). GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* (15th ed.). Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (M. . Sutopo (ed.)). Bandung: Alfabeta.
- Suhadak, M., Robustin, T. P., dan Rizal, N. 2021. *Pengaruh City Branding, Event Wisata, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Waterpark Kabupaten Lumajang. Progress Convergence*, 4(1), 170–175.
- Sukanti. 2018. *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. Modul 1*, 1–41.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., dan Mawardi, M. K. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.
- Syahputra, H., Thomas, S., dan Goh, S. 2022. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian PT. Furnilux Indonesia*. 8(1), 9–21.
- Tanjung, A., Bintarti, S., dan Nurpatria, E. 2022. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.
- Tjiptono, F. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Ulya, B. N., Minanda, H., dkk. 2023. *Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Pada Pantai Selong Belanak. Business Management*, 2(1), 83–87. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5482>
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Utama, B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata* (A. Ari (ed.); 1st ed.). Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Utami., Alia, Tri., Wufron., dkk. 2022. *Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung*. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22, 48–58.
- Utari, P. S., dan Firmansyah, Irman., 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada rumah Sakit Bhayangkara Setukpa Sukabumi (Studi kasus pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit Bhayangkara Setukpa Sukabumi): Manajemen Pemasaran*. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 60–77. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMM/article/view/198>
- Wibowo, H. I. A., Lukiana, N., dan Barlian, N. A. 2019. *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang*. *Manajemen Pemasaran*, 2(1), 38–41.
- Wulandari, R. D., dan Iskandar, D. A. 2018. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., dan Mahaputra, M. R. 2023. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review)*. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27. Diperoleh pada 29 Januari 2024, dari <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.8>