

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, P. D. B. (2018). *Metode dan teknik menyusun tesis*. ALFABETA.
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *Simba Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akutansi I*, 987–999.
- Anuraga, G., & Indrasetyaninggih, A. (2021). *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R*. 6(1), 1–13.
- 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 Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1). <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Serib. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223. <https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1478>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*. Guepedia.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Akseibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari* (Vol. 12, Issue 2).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Cv Budi Utama.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*.
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Irwan, G., & Siti, A. (2018). *Alat Analisis Data (Aplikasi Statistik untuk Penelitian 93 Bidang Ekonomi & Sosial)* ((C. Putri (ed.)) (ed.)). ANDI (Anggota IKAPI).
- Krisnayani, N. K., Liestiandre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisataaan*, 20(2), 134–143. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>

- Laili, I. S., & Dewi, W. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4), 1–20.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas....., R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow Effect Of Location, Perception Of Prices And Tourism Attraction On The Decision To Visit Travelers At Lake Linow. *5505 Jurnal Emba*, 7(4), 5505–5514.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Massie, P., Massie, J., Roring, F., Claudia Massie, P., D Massie, J. D., Roring, F., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park The Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth (E-WOM) To Visit Decision At Rumah Alam Manado Adventure Pa.* 10(4), 13–24.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(4), 1–20.
- Meiviani, N. T., Hendra, T. N., & Woran, D. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wsata dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kash Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Djemly 101 Jurnal EMBA*, 9(2), 92–100. www.corona.help.com,
- Mutia, Sarah, Ahmady, D. (2023). *Manajemen Digital Marketing dan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Pengunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Taman Wisata Celosia Garden Kabupaten Aceh Jaya*. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Panga,_Aceh_Jaya
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. In *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2). www.borukaro.com
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Akseibilitas, Faslitas, dan Word Of Mout Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Umbul Ponggok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Prima, C., & Susi, S. (2019). Analisis Fasilitas Terminal Penggaron Kota Semarang. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1, 1–7.

- Rauf, A., Orba, S. M., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, G. V., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania. <http://insaniapublishing.com>
- 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. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Rouf, A. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Insania.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). *Pengaruh Daya Tarik dan Aksebilitas Terhadap Keputusan Berkujung Pada Objek Wisata Akesahu Kota Tidore Kepulauan*.
- Samuel, Rahadian, W. R., & Utami, N. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kebun Raya Bogor The Effect Of Digital Marketing On Visitation Decision To Bogor Botanical Gardens. *Bogor Hospitality Journal*, 6(2). <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- Sanjaya Ronny, L., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha NMAX. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–15.
- Saputra, T. A., Fauzi, R. U. A., & Apriyanti. (2022). *Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk*.
- Sarmigi Alek, P. E. (2021). *Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh* (Vol. 2, Issue 2).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* ((M. T. & S. (ed.)). (eds.)). ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. In Alfabeta.
- Sugiyono, & Prof, D. (2014). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sunarti, D. R. M. M. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 196–203.
- Tunner, J. F., Day, E., & Crask, M. (1989). Protection motivation theory. *Journal of Business Research*, 19(4), 267–276.

- Utama, & Junaidi. (2015). *agrowisata sebagai pariwisata alternatif indonesia*. cv budi utama.
- Wiraguna, I., & Pratama, I. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu. *Warmadewa Management and Business Journal*, 1(1), 45–54.
- Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
- 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 Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 1253–1261.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.
- Zaenuri, M. (2012). *perencanaan strategis kepariwisataan daerah : konsep dan aplikasi*. e-gov publishing.

