

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado*. 7(1), 131–140.
- Amrizi, S., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Tempat Wisata Bale Tani)*. 4(1), 55–66. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima>
- Asih, R., Soemitro, A., & Suprayitno, H. (2018). Pemikiran Awal tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas Preliminary Reflexion on Basic Concept of Facility Asset Management. In *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas* (Vol. 2, Issue 1).
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Baiq, N. S., Lalu, A. P., & Laia, W. (2021). *Buku Ajar Manajemen Operasional*. Yayasan Kita Menulis.
- Budiman, I., Kamal, S., & Tarlis, A. (2019). Strategi Pemerintah Daerah Kota Langsa Povinsi Aceh dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 16–28. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1659>
- C Fanggidae, R. P., Leliana Bere, M. R., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pantai Lasiana Measurement Of Tourist Satisfaction Level On Tourism Facilities In Lasiana Beach. In *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas* (Vol. 4, Issue 1).
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p13>
- Diajeng Putri Maesti, O., Novanda Utami, D., Salim Zuhdi, M., Pratiwi, R., Samsi, S., Cecilia, V., & Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

- Nasional, P. (2022). *Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Sungai Ciliwung Berbasis Ekowisata*. 3(6).
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (2nd ed.). Universitas Terbuka.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Akmal, Y., & Iddris, J. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Kencana.
- Juwita, I., & Hariyanto, O. I. B. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara*. LPPM Ars Internasional.
- Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(1), 25–39. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2019.3.1.25>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Limbong, C. H. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI*.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.).
- Marcelina, S. D., Febryano, I. G., Setiawan, A., & Yuwono, S. B. (2018). *Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas*. 1(2). <https://doi.org/10.29303/jbl.v1i2.60>
- Meftahudin, & Wijayanti, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Berkunjung di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 79–90. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.577>

- Mulyani, S. R., & Saputri, M. A. (2019). Pengaruh Kompetensi Pegawai, Penempatan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal PSYCHE 165 Fakultas Psikologi*, 12(1).
- Mulyantari, E., Agustinus, D., & Risangaji, T. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Goa Maria Tritis. 18(1). <https://doi.org/10.36275/mws>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV Media Sains Indonesia.
- Nasution, L., Anom, S., & Karim, A. (2020). Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Garden Di Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Rofiah, C., Pgri, S., & Jombang, D. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi (Vol. 3, Issue 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/50Halaman32-39>
- Sarim. (2015). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi, Ed.).
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 12–17.
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. CV Tahta Media Group.
- Siahaan, S., Wulandari, R. S., & Nila, E. (2022). Karakteristik Pengunjung Wisata Bukit Salapar DI Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang (Characteristics of visitors of Salapar Hill tourism in Cipta karya village Sungai Betung district Bengkayang regency) (Vol. 10, Issue 4).
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, D. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. Uki Pres.

- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan* (1st ed.). Prenada Media.
- Sudjana, I. M., Koerniawaty, F. T., Nariani, N. K., Pribadi, F. S., Astina, M. A., Purnawati, I. A. O., Susanti, P. H., Arianto, P. H., Majid, R., Efendi, M. N., & Widari, D. A. D. S. (2022). *Pengembangan Dan Pengelolaan Pariwisata Di Indonesia* (M. A. Wardana, Ed.). Infes Media .
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). *Instrumen Penelitian* (T. Fiktorius, Ed.). Mahameru Press.
- Susanti, N. D., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Di DeTjolomadoe. In *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 12, Issue 2).
- Suwastawa, I. P. A., Sumerta, I. K., & Aris, K. (2021). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19*. 7(1), 113–124. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.727
- Syahira, A. N., & Fatchiya, A. (2022). Efektivitas E-WOM melalui Instagram sebagai Media Pemasaran Viral Agroeduwisata di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(3), 379–395. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i3.949>
- Tjiptono, F. (2013). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2014a). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014b). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Statagik*. Andi Offiset.
- Widayati, E., & Widiastuti, Y. P. (2022). Pengaruh Atraksi, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Hutan Pinus Pengger Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(2), 199–218. <https://doi.org/10.36594/jtec.v5i2.161>
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Deepublish.

Woodside, A. G., & Kozak, M. (2014). *Tourists' Behaviors and Evaluations*. Emerald Group Publishing Limited.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL