

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Menciptakan Kepuasan Publik Di Kantor Balai Desa Sidakaton Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes (Doctoral Dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Apriliani, E. D., Mardatillah, M., Ardinezwari, A. S., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wonderland Adventure Waterpark Karawang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 241-257.
- Aryuni, N., & Suhardi, S. (2020). Pengertian *Word of mouth* dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 123-134.
- Budi, B. (2018). Citra Destinasi dan Strategi Pemasaran Destinasi Wisata. *Business Management Journal*, 14(1).
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh *Word of mouth*, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851-866
- Eddyono, B. (2021). Produk wisata: Pengembangan dan pemasaran dalam industri pariwisata.
- Fakhrudin, A. (2021). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Bandar Udara Notohadi Negero Jember. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(1), 97-107.
- Ghaitsani, S., & Prinatini, A., E. (2023). Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Bandengan Jepara (Studi Pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara). *Jurnal Manajemen*, 9(3), 284-294.
- Hair, J., F., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis*. United Kingdom: Cengage Learning
- Halimah, P., & Haryono, G. (2025). Pengaruh Produk Wisata Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Bumdes Desa Keluru Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Digital Business Insights Journal*, 1(1), 45-57.
- Haque-Fawzi, M., G. dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Humairoh, T., & Andriani, N. (2024). Citra Destinasi Dan Produk Wisata Berpengaruh Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pantai Slopeng Di Kabupaten Sumenep. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 6358-6369.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, E. (2023). Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur. *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 293-303.
- Jalil Vand, M., & Samiei, N. (2022). The Impact of *Word of mouth* on Consumer Behavior in Digital Marketing. *Journal of Marketing Research*, 45(3), 234-245.
- Juliana, J., & Sitorus, N. B. (2022). Kelengkapan Produk Wisata di Pulau Siladen Sebagai Destinasi Wisata Bahari. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 26-37.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th ed.). Pearson Education.
- Kristina, P., A, dkk. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pinus Camp 2 Songgon. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 11546-11558.
- Lestari, A. A., & Hendra, H. (2024). Pengaruh Produk Wisata, Brand Strategy dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Pada Café, Resto dan Homestay Talago Pradise. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 653-659.
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587-592.
- Lupiyoadi, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Mahriani, E dkk. (2020). *Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Media Utama.
- Matara, M. (2020). Indikator *Word of mouth* dalam pemasaran dan perilaku konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 18(1), 45-59
- Money, A. (2022). "Inovasi dalam Pelayanan: Meningkatkan Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 15(2), 123-135.

- Mulyani, M., & Ferdian, F. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang). *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 124-136.
- Purba, B, dkk. (2024). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2060-2065.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion *Word of mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297-3312
- Rajhma, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Jasa. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 12(2), 105-115.
- Ramadhan, G. A., Budiastuti, E., & Fata, M. A. (2024). Pengaruh *Word of mouth* (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 340-352.
- Reken, F., dkk. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Cv. Gita Lentera.
- Riyadi, S., & Nurmahdi, A. (2022). Destination Image, Electronic *Word of mouth*, and Service Quality.
- Rudiansyah. (2024). Citra destinasi: Perspektif wisatawan dalam promosi. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(3), 45–60.
- Rusydi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, N., & Sayuthie, H. (2020). Pengaruh Motivasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata X. *Jurnal Pariwisata dan Perilaku Konsumen*, 15(2), 105-120.
- Satriadi dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bantul: Samudra Biru.
- Srisusilawati dkk. (2023). *Manajemen Pariwisata*. Bandung: Widina Media Utama.
- Stella, N., A., K., dkk (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken. *Jurnal EMBA*, 10(4b), 382-392.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukrin, dkk. (2022). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau Tahun 2021. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis*, 6(2), 366-385.

- Timotius, H., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol. *Human Capital Development*, 10(3).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, Anggriani, dan Putra (2022) berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah", yang diterbitkan dalam jurnal *Ekombis Review*.
- Wibiksana, F. X., Estikowati, E., & Alvianna, S. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 507-514.
- Widayati, C. C., Widjaja, P. H., dan Arifin, A. Z. (2020). The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Service Quality Inflight Catering On Saudi Consumer Satisfaction Arabian Airlines. *Journal Of Marketing And Consumer Research*.
- Yossandri, B., J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *EduTrusima*, 7(1), 1-23.