

DAFTAR REFERENSI

- Adi Tri Cahyono, Mahir Pradana (2021). “*The Effect Of Tourism Product Atribbutes And Electroic word Of Mouth (EWOM) On Visiting Decisions at Umbul Manten Klaten. e-Proceeding of Management: Vol.8, No.1*”
- Alif Aldianto, Fahmi, Agus Eko Sujianto, and Mashudi. 2023. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Strategi Positioning Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.” *Economicus* 17(1):2615–8078.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh brand ambassador, e-WOM, gaya hidup, country of origin dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk skincare Korea Nature Republic. *Invest: jurnal inovasi bisnis dan akuntansi*, 2(1), 1-14
- Anggraeni, D., Supriyanto, A., Alifianto, A.Y. (2019) Pengaruh City Branding, Motivasi Wisata, E-WOM, Citra Destinasi Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, Volume 1, Nomor 4
- Badan Informasi Geospasial. 2019. “Jumlah Pulau Di Indonesia.” *Ilmagi Indonesia* 19(2):1–198.
- Baiquni, M. (2020). Peran E-WOM dan Citra Merek terhadap Niat Beli Smartphone oleh Youtube Viewers. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1283. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1283-1289>
- Dani Nur Ahmad, and Ramhmiati Filda. 2020. “Pengaruh Atribut Tujuan Terhadap Kepuasan Wisatawan: Studi Pada Walking Tourism.” *Pariwisata* 7(2):155–65.
- Dassucik, Ahmad H. Rasyidi, Muhammad Iqbal A, and Rian Agus P. 2023. “Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Kampung Blekok Desa Klatakan Situbondo.” *JURNAL IKA: Ikatan Alumni PGSD UNARS* 13(1):241–56.
- Dwiyanti, I., & Puspaningrum, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Batu Night Spectacular Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Enden, T. (2021). Masa depan industri pariwisata Kota Palangkaraya. *Jurnal Penelitian UPR: Kaharati*, 9-16.
- Fadilla, Hasana. 2024. “Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia.” *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 2(1):36–43. doi: 10.37985/benefit.v2i1.375

- Fadilah, Nur Lailatul, and Miftahul Huda. 2024. "Pengaruh Storytelling Marketing Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Tanaria Park." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 4(3):1136–47. doi: 10.37481/jmh.v4i3.1053.
- Fitriani, Efi, and Fitri Fitri. 2020. "Daya Tarik Media Sosial Dan Atribut Produk Terhadap Minat Kunjung Wisata Di Ciwidey." *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)* 12(2):127–40. doi: 10.37151/jsma.v12i2.60.
- Fletcher, R; Mas, IM; Balzquez-Salom, M.; Blanco-Romero, A. (2020). Tourism, Degrowth, and the COVID-19 Crisis. Political Ecology Network. <https://politicalecologynet-work.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-covid-19-crisis/>(diakses 31 Juli 2022)
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127.
- Gumay, Putri Eka Maulinda, Siahaan. 2022. "PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE FLOATING MARKET LEMBANG Putri Eka Maulinda Gumay (1) , Sinthon L. Siahaan (2) (1)." *Panorama Nusantara* 17(2):1–13.
- Grönroos, C. (2022). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic*. Wiley.
- Hasnia, H. M., Ulya, B. N., & Nita, K. S. (2023). Analisis pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap brand image dan keputusan berkunjung ke Gili Trawangan Lombok. *Media Bina Ilmiah*, 17(10), 2385-2392
- Hidayat, Eby, and Irma Mardian. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Di Hoky Mart Bima." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5(2):757–67.
- Huwae, V. E., Tabelessy, W., Tamher, E. R., Tehuayo, E., & Lewaherilla, N. C. (2023). The Effect of Brand Image and Electronic Word of Mouth on Xiaomi Smartphone Purchasing Decisions Abstrak. 5(4), 700–716. <https://doi.org/10.15575/ks.v5i4>.
- <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ3MCMY/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html>
- Khoirunnisa, Dhea Eka vitaloka, Sintya DIni Wilanda, Shinta Nurliana, Khairani Zikrinawati, and Zulfa Fahmy. 2023. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia." *Jurnal Mahasiswa Kreatif* 1(2):53–65.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T.H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Lovelock, C., & Patterson, P. (2021). *Services Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective* (7th ed.). Pearson.
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817-829.
- Murti, Nova Wisnu, Buddy Riyanto, and Andri Astuti Itasari. 2024. “Pengaruh Electronic-Word of Mouth Pada Media Sosial Instagram Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Objek Wisata Kemuning Sky Hills).” *Jurnal Publisitas*. doi: 10.37858/publisitas.v11i1.461.
- Nisa, Sofinatun, Agung Budiarmo, and Sari Listyorini. 2023. “PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12(2):689–97.
- Noviandini, Ni Putu Tissa, and Ni Nyoman Kerti Yasa. 2021. “Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10(11):1201. doi: 10.24843/ejmunud.2021.v10.i11.p08.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Himalaya Drug Company. 101-111
- Nurizki, M. Ihsan, and Feri Ferdian. 2023. “Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai X Koto Singkarak.” *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*. doi: 10.23887/jmpp.v6i2.66991.
- Ompusunggu, Vina Maria, Ramcan Agustinus Sitorus, and Candro Siagian. 2023. “Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Wisata Di Kabupaten Karo.” *Jurnal Regionomic* 5(1):64–77.
- Pasolong, Dr. Harbani. 2023. *Teori Pengambilan Keputusan*.

- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136-140
- Prayogi, Budi, Femmy Indriani Dalimunthe, and Bahagia Tondang. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Electronic Word of Mouth, Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Lubuk Kertang, Kabupaten Langkat." *Jurnal Darma Agung* 30(3):1214. doi: 10.46930/ojsuda.v30i3.2903.
- Pujiastuti, Eny Endah, Hastho Joko Nur Utomo, Laila Mawadatul Imtikhanah, Dyah Widowati, and Muhammad Rizki Firdaus. 2023. "The Influence of Destination Attribute on Behavior Intention through Memorable Tourist Experience and Tourist Satisfaction as Intervening Variables." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 10(2):171–84.
- Putri, R.D., & Sari, N.M. (2022). "Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Era Digital". *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, Vol. 5, No. 2.
- Rahim, Hamidah. 2023. "Keputusan Kunjungan Wisata Ngungun Saok Yang Dipengaruhi Oleh Green Marketing Dan E-WOM." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 3(1):114–18. doi: 10.47233/jebis.v3i1.565.
- RIDWAN, R. (2020). Ekonomi dan pariwisata. Penerbit Garis Khatulistiwa.
- Riwu, Rexine Yeralvany, Dhita Paramita Anggraini, and Mochammad Musafa. 2023. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Words Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Raja Prailiu Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi." (April):14–21.
- Rofiah, Chusnul. 2020. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi." *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 3(1):32–39. doi: 10.26533/jmd.v3i1.527.
- Rohmania, Dewi Nur. 2022. "Kata Kunci : Pantai Gemah, Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan, e- Wom Negatif." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 3(5).
- Safitri, I., Ramdan, A.M., Sunarya, E. (2020) Peran Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 8 Nomor 3.
- Samimi, Ahmad Jafari, Somaye Sadeghi, and Soraya Sadeghi. 2011. "Tourism and Economic Growth in Developing Countries : P-VAR Approach." *Middle-East Journal of Scientific Research* 10(1):28–32. doi: 10 (1): 28-32,2011.
- Sari, Meassa Monikha, Fitri Priyanti, and Tb. Sofwan Hadi. 2020. "(Kompensasi

- 11) Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302 - 7061.” 12(02):221–32.
- Sari, Puti Embun, Eka Mariyanti, and Siska Lusya Putri. 2021. “Pengaruh E-Wom Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Padang.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 23(2):319–34.
- Shalsha Afifah Ayumi, Erlyna Wida Riptanti, and Isti Khomah. 2022. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang).” *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 6(1):1–16. doi: 10.37339/e-bis.v6i1.890.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi, Agung Slamet, and Elvira Ulil Afidah. 2024. “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara.” *Journal of Management and Digital Business* 4(1):15–29. doi: 10.53088/jmdb.v4i1.789.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service
- Verinita, V., & Indrianti, R. (2019). The Relationship of Destination Image, Quality of Tourist Product Attributes, Word of Mouth, Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Visiting Decisions. *Journal Of Business Studies and Management Review*, 3(1), 62-66
- Wenur, Hana Fabiola, Putu Agus Wikanatha Sagita, and Yohanes Kristianto. 2023. “Pengaruh Citra Destinasi Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Pulau Lihaga, Sulawesi Utara.” *Jurnal IPTA* 11(2):74. doi: 10.24843/ipta.2023.v11.i02.p11.
- Wibisono, Muhammad Rizky, and Rully Arifiansyah. 2024. “Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Mini Indonesia Indah.” *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*. doi: 10.23887/jmpp.v7i1.76082.
- Wirtz, J., & Zeithaml, V. A. (2023). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific Publishing.

- Wulandari, Mei Indah. 2024. "Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan." 2:384–91.
- Wulandari, M. I., Pudyaningsih, A. R., & Ghifary, M. T. (2024). Pengaruh atribut produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan. *Revenue Manuscript*, 2(4), 384-391.
- Yakup, Anggita Permata. 2019. "Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Di Indonesia." *Universitas Airlangga*.
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *EDUTURISMA*, 7(2).
- Yulis Sara , Rahmaniar, Ikramuddin, Muchsin (2025). "The Influence Of Promotion Strategies Through Tiktok , Word Of Mouth , And Brand Image On The Purchase Decision Of Somethinc Products Among Students Of The Faculty Of Economics And Business At Malikussaleh Pengaruh Strategi Promosi Melalui Tiktok , Word Of Mouth , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh." (May 2019):1763–71.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.