

DAFTAR PUSTAKA

- Apupianti, I. N., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Influences of Shopping Lifestyle and Reference Groups Towards Purchase Intention of Preloved Fashion. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.3.252>
- Arifiansyah, R., Raja, D., & Saragih, U. (2020). The Role of social media And Destination Image on Visiting Decision: A Case Study in Taman Mini Indonesia Indah. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 12745–12763.
- Arikunto, S. (2006). *Hipotesis Penelitian*. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Donargo, S., Sianipar, C. I., & Sirait, R. T. . (2022). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Kota Medan. *Creative Agung*, 12(2), 149–167.
- Fitriah, N. L., & Budiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk ,Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Bekunjung Pada Kedai Friday Kopi Surabaya Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–23.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumay, Putri Eka Maulinda, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pesepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Floating Market Lmebnag Putri Eka Maulinda Gumay (1) , Sinthon L. Siahaan (2) (1). *Panorama Nusantara*, 17(2), 1–13.
- Hernowo, A., Chan, A., & Purnomo, M. (2022). The Influence of Ewom on Decisions to Visit Entre-preneurial Companies (Case Study of The Great Asia Africa Tourism Medium Enterprises). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 10(2), 253. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v10i2.2403>
- Irhartini, E., & Kasmita, K. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pemandian Pincuran 7 Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(1), 63–68. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v4i1.41972>
- Iskandar, Y., & Samosir, S. H. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. *Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.

- 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. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Lestari, N., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Telaga Sarangan Magetan. *Human Capital Development*, 1–14.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Andi Offset.
- Pamungkas, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Citra Destinasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Batu Flower Garden Coban Rais. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 3, 16–26. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/1323/1321>
- Priyatno, D. (2010). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS*. Andi Offset.
- Regi Beslar, V., SLHV Lopian, J., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken. *Jurnal EMBA Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1–11.
- Riyadi, S., & Nurmahdi, A. (2022). The Effect of Destination Image, Electronic Word of Mouth and Service Quality on Visiting Decisions and Their Impact on Revisit Interest. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(9), 1244–1263. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i9.141>
- Rohmania, D. N. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan Dan E-Wom Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5), 280. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i5.178>
- Saputri, D. M., & Novianti, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Matahari Department Store Kaza City Surabaya (Vol. 07, Issue 01).
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sianturi, H. C., & Paludi, S. (2022). Signifikansi Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 38–46. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11103>
- Singarimbun, S., & Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. PT Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Sukmawati, B. S. N., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan berkunjung Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 33–54.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press.
- T. W., & Setiadi, P. B. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Sistem Informasi Pemasaran Dan Kearifan Lokal Terhadap Minat Berkunjung Destinasi Wisata Gronjong Wariti Kabupaten Kediri. *Media Mahardhika*, 21(2), 226–236. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v21i2.554>
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan berkunjung Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>