

DAFTAR PUSTAKA

- Addasuqy, & Muhtarom, Z. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Anantari. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wana Wisata Wenara Wana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 2(1465–4581), 5–6.
- Anderson, J. B. (2021). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Focon Indo Beton Proyek Sumedang). *Manajemen*, 13(16–98).
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga: University Press.
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Zainurossalam, S. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 1(216–568), 15–16.
- Atussholiha, A., Ikhwan, S., & Setiadi, R. (2023). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Rest Area Heritage KM 260b (Studi Empiris Pengunjung Rest Area Heritage KM 260B). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 1(1979–0155), 1–9.
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (2019). Pengaruh E-Word.Of.Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(125–698), 12–31.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, H. T. (2020). *Manajemen Personalia dan SDM*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE. Edisi 2.

- Haryono, G. (2017). PENGARUH KEPUASAN ATAS BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG PADA TAMAN WISATA BUKIT KHAYANGAN KOTA SUNGAI PENUH. *Jurnal Benefita*, 2(201125–6598), 169–178.
- Haryono, G. (2023). Produk Wisata, Kelompok Acuan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci. *Jurnal Benefita*, 1(126–659), 169–178.
- Haryono, G., & Albetris. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 2(599–989), 136–143.
- Haryono, G., & Sari, A. E. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banten: CV. AA RIZKY.
- Helmi, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Edisi Revisi.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(2502–1419), 15–16.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas). Klaten; PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 4(122–6545), 15–16.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

- PADA USAHA TOKO BAHAN BANGUNAN MENTARI DI DESA SEA KECAMATAN PINELENG KABUPATEN MINAHASA. *Jurnal EMBA*, 1(15659–44544), 12–13.
- Oktavia, W., & Efdison, Z. (2020). KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STAR CHICKEN KOTA SUNGAI PENUH. *Jurnal Manajemen*, 1(2365–989), 12–13.
- Rivai, V. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia. untuk perusahaan edisi, 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Saladin. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi. .
- Samalam, A. A. (2022). *Peranan Sektor Akomodasi Dalam Upaya Mempromosikan Objek Dan Daya Tarik Wisata*.
- Satria, E. (2018). Analisa strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Manajemen*, 1(159–989), 12–13.
- Schiffman, & Kanuk. (2018). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey (Edisi 7). Jakarta: Indeks.
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2598–7496), 12–17.
- Sitompul, E., & Gunawan, A. F. (2020). First Break Picking Seismik Refraksi Dalam uspanya Pengembangan Objek Wisata Kolam Pertiwi Kabupaten Kerinci yang Aman Dari Potensi Tanah Longsor. *Jurnal Teknik Kebumian*, 6(156–656), 2447–8583.
- Sondang P, S. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alvabeta.
- Suryahani, I., Putri, O. H., Hastuti. Dwi, Suarmanayasa, N., Marina, Haryono, G., Wijaya, H., Satria, E., & Tirwan. (2023). *PENGANTAR ILMU EKONOMI DAN MANAJEMEN (Memahami Dasar-Dasar Keberhasilan Bisnis*. Kota Jamb: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Syafaruddin. (2018). Pengaruh Komunikasi Electronic Word Of Mouth Terhadap kepercayaan (Trust) dan minat beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey pada konsumen online shopping Zafertech.com). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 18 No. 9(p-ISSN 1907-235X,).
- Terry, G. R. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjahjono, A., & Semuel, H. (2016). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Juarnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(12665–56568), 15–16.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umam, K. (2019). *Manajemen Organisasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Uman, K. (2016). *Perilaku Organisasi*. Pustaka Setia:Bandung.
- Wibowo. (2018). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada.

