

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Melalui Komponen Kepariwisataaan 4a Pada D'sultan Stable Palembang* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Anggara, A. (2021). *Pengaruh Komponen Utama Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaram* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Ardiyanto, N. S., & Nugraha, H. S. (2018). Pengaruh Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bondo Jepara). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 199-208.
- Dethan, S. H., Meikapasa, N. W. P., & Catharina, T. S. (2020). Analisis Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung (Studi Pada Daerah Wisata Pulau Lombok). *Ganec Swara*, 14(2), 686-690.
- 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).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Travelogin Tour And Travel* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Hapsari, N. R., Lubis, N., & Widiartanto, W. (2014). Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 249-259.
- Himawan, S. (2018). E-WOM (Electronic Word Of Mouth); Dimensi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Gili Matra Di Kabupaten Lombok Utara (KLU). *E-WOM (Electronic Word Of Mouth); Dimensi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Gili Matra Di Kabupaten Lombok Utara (KLU)*, 4(2), 69-89.
- Imu, J., Bisnis, A., Ilmu, J., Bisnis, A., Diponegoro, U., Hapsari, N. R., & Lubis, N. (n.d.). PENGARUH ATRIBUT Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth ( Ewom ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata. 024.

- Indra, P. A., & Wahyono, H. (2017). *Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Di Kawasan Jakabaring Sport City Sebagai Destinasi Wisata Olahraga Di Kota Palembang* (Doctoral Dissertation, Universitas Diponegoro).
- Kalalo, S., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 382-392.
- Keputusan, M., & Wisatawan, B. (2016). *ANALISIS FAKTOR ELEKTRONIK WORD OF MOUTH ( EWOM ) DALAM*. VI(2), 1049–1060.
- Supiyana, A., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *Pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada pariwisata sumba*.
- Susilawati Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, H. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sindu Kusuma Edupark. In *Jurnal Khasanah Ilmu* (Vol. 8, Issue 2).
- Lomi, A. G., Besie, J. L., & Kasim, A. (2016). Pengaruh Ewom (Electronic Word Of Mouth) Pada Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tebing Bar & Cafe). *Journal Of Management Small And Medium Enterprises (Smes)*, 2(1), 29-58.
- Maharani, R. A. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Jakabaring Sport City* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Mayasari, W. M., & Budiatmo, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 501-509.
- Nidienna, S. A. (2017). *Pengaruh Produk Wisata Dan Electronicword Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bondo Jepara)* (Doctoral Dissertation, Faculty Of Social And Political Science).
- Novitasari, S. (2020). Pengaruh Physical Benefits, Mental Benefits, Information Dan Fasilitation Of Trail Terhadap Sport Decision Di Gunung Dempo. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 109-116.
- Ompusunggu, V. M., Sitorus, R. A., & Siagian, C. (n.d.). Pengaruh atribut produk wisata dan atribut produk wisata ( E- WOM ) terhadap keputusan berkunjung pada kawasan wisata di kabupaten karo Program Studi

Manajemen , Fakultas Soshum. 1, 64–77.

Priyanto, R., Widiartanto, W., & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 217-226.

Ramadhayanti, A (Ed.). 2019. *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*: Jakarta: PT Elex Media Komputero.

Sella, P. S. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Zafa Mulia Mandiri (Zafa Tour Palembang)* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).

Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Monalisa (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Sugiyono, (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2020) *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*, Bandung: CV Alfabeta

Syarifah, H. (2019). *Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Merek Tempat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Wisata Ranca Upas Bandung)* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

TARYADI, A. R. (2020). *Pengaruh Produk Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Pantai Pangandaran)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).

Yusuf, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara Di Kabupaten Karawang). *Value: Journal Of Management And Business*, 1(1).

Zakiy, M. (Ed.). (2021). *SPSS penelitian berperilaku* (Edisi Pert). Kencana