

REFERENCES

- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1).
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1), 88-101.
- Isa, S. M., & Ramli, L. (2014). Factors influencing tourist visitation in marine tourism: lessons learned from FRI Aquarium Penang, Malaysia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 103-117.
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort and Leisure*, 12(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen* (13th ed.). Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15e ed.). United States of America: Pearson Education.
- Kusuma, R. E., & Arifien, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Waduk Jatibarang, Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Geo Image (Spatial-Ecological-Regional)*, 9(2).
- Miarsih, G. S., & Anwani. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 117-123.
- Muhsin, D. R. M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1).

- Murti, H. C., & Sujali. (2013). Persepsi Wisatawan Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Batang Dolphin Center. *UGM Jurnal Pengembangan Obyek Wisata*, 2(2).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, I. G. S., & Wiraguna, I. M. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 1(1), 45-54.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 251-264.
- Said, J., & Maryono. (2018). Motivation and Perception of Tourists as Push and Pull Factors to Visit National Park. *E3S Web of Conferences*, 31.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, N., & Saputra, M. (2019). Pengaruh Intensity, Valence Of Opinion, Conten Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Provinsi Lampung. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 5(1).
- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126-136.
- Sudaryanti, I. J., Sukriah, E., & Rosita. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 12(1).
- Suhartapa, & Sulistyono, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(2).
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.