

PENGARUH DAYA TARIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KIARA ARTHA PARK

SKRIPSI

diajukan sebagai persyaratan untuk mendapat gelar sarjana pariwisata- S1 program studi Industri Pariwisata



Oleh:

FAUZIA SALSABILLA ZAHRA

NIM 2105962

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

FAUZIA SALSABILLA ZAHRA

NIM. 2105962

PENGARUH DAYA TARIK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KIARA ARTHA PARK

Disetujui dan di sahkan oleh pembimbing:

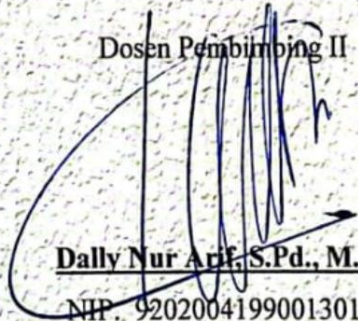
Dosen Pembimbing I



Rifqi Asy'ari, S.Par., M.Par

NIP. 199512262024061002

Dosen Pembimbing II



Dally Nur Arif, S.Pd., M.Pd.

NIP. 920200419900130101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Dr. Irena Novarlina, M.Pd., M.M.

NIP.1982112320060422009

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN HAK CIPTA

PENGARUH DAYA TARIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KIARA ARTHA PARK

Oleh
Fauzia Salsabilla Zahra

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada program studi Industri Pariwisata

©Fauzia Salsabilla Zahra
Universitas Pendidikan Indonesia
2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

HALAMAN PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fauzia Salsabilla Zahra

Nim : 2105962

Program Studi : Industri Pariwisata

Fakultas : Kampus Daerah Sumedang

Judul : Pengaruh Daya Tarik dan *Electronic Word Of Mouth* (E- WOM)
terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Kiara Artha Park.

Dengan ini, saya melakukan bahwa seluruh skripsi saya beserta seluruh isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung konsekuensi atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi ini.

Sumedang, 13 Agustus 2025

 Penulis,
Fauzia Salsabilla Zahra

NIM 2105962

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terpanjat kepada Allah SWT karena atas izin dan berkat limpahan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH DAYA TARIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KIARA ARTHA PARK**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Sumedang. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa di dalamnya tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan, maka dari itu penulis dengan senang hatimenerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pihak.

Sumedang, 13 Agustus 2025

Fauzia Salsabilla Zahra

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia -nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Daya Tarik dan Electronic Word Of Mouth (E-hadap Keputusan Berkunjung Wisata Kiara Artha Park". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Industri Pariwisata Kampus Daerah Sumedang Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terwujud berkat bantuan, arahan, bimbingan dan i semua pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ketua Program Studi Industri Pariwisata, Ibu Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M., Terima kasih telah sabar dan membimbing serta memberi arahan serta dukungan maupun membantu penulis selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi.
2. Dosen pembimbing I, Bapak Rifqi Asy' ari, S.Par., M.Par. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas jasa, dedikasi, dan kesediaan Bapak dalam meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan, koreksi dan masukan yang Bapak berikan menjadi kontribusi yang sangat berarti bagi penyempurnaan skripsi ini, sekaligus memotivasi bagi penulis untuk terus belajar dan berkembang secara akademik maupun pribadi.
3. Dosen Pembimbing II, Bapak Dally Nur Arif S.Pd., M.Pd. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik
4. Seluruh dosen dan staff ahli Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Sumedang, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan. Terima kasih atas dedikasi dan ilmu yang telah dibagikan, yang menjadi bekal berharga bagi penulis dalam meniti masa depan.

5. Kiara Artha Park Kota Bandung sebagai objek penelitian pada skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas izin dan kesempatan yang telah diberikan untuk dapat melaksanakan penelitian di Kiara Artha Park Kota Bandung. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada staff Kiara Artha Park yang telah memberikan dukungan, informasi serta bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Partisipasi dan kerja sama yang telah diberikan sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Role model penulis Bapak Uus Suyana S.Pd., M.Si., dan Ibu yang paling penulis sayang Ririn Dasrina., S.E. Terima kasih atas pengorbanan dan kasih sayang yang sangat tulus. Penulis sangat banyak berterima kasih atas dukungan penuh yang baik dan maupun finansial hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.
7. Kepada Nenek saya tercinta Alm Ibu Hj. Timu, meskipun tidak sempat menyaksikan cucu nya meraih gelar sarjana, namun sebelum beliau tiada beliau sangat baik dan selalu mendukung penulis dalam setiap langkah penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada Dava Albamah Hafidin., S.Par. Terima kasih atas dukungan, bantuan dan selalu menemani penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada Nabila Indah Ernawan., S.Par. Terima kasih banyak telah menjadi sahabat yang sangat baik buat penulis dan selalu menemani di perkuliahan maupun di akhir perkuliahan ini, melewati berbagai paitnya di kampus bersama dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi sampai akhir Terima kasih sudah selalu ada untuk penulis hingga akhir dan semoga ini bukan akhir dari perjalanan kita.
10. Kepada Dessy, Dea, Veni, Arya, Syahrul terima kasih yang sangat dalam untuk teman teman seperjuangan di kampus yang selalu menemani, memberikan support kepada penulis, berbagi tawa dan sedih. Semoga pertemanan kita tidak putus hanya disini.

11. Kepada Salfa Syahira dan Sheila Destian Dwi Fasya., S.Tr.AB terima kasih selalu menemani penulis diawal sampai akhir pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman yang baik, saling mendukung dan saling membantu.
12. Kepada Arif Ariagus S.Par dan M Zaidan Agatsya S.Par. Terima kasih pernah membantu dan selalu mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Penulis menyampaikan untuk sahabat yang pernah membersamai perjuangan ini, meskipun ada banyak hal yang membuat hati kecewa, penulis tetap menghargai kebersamaan yang telah dilalui.
14. Terahir, Teruntuk diriku sendiri, terima kasih telah memilih untuk bertahan ketika rasanya ingin menyerah, telah tetap melangkah walau kaki terasa berat, dan telah percaya bahwa setiap tetes keringat dan air mata akan terbayar pada waktunya. Terima kasih telah mau bangun kembali setelah jatuh berulang kali, tetap tersenyum di tengah lelah, dan menjaga hati untuk terus berharap. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah, namun diriku telah membuktikan bahwa tekad, doa, dan kesabaran mampu menembus segala keterbatasan. Kepada diriku, yang mungkin tak pernah sempurna, tetapi selalu mencoba, terima kasih telah membawa langkah ini sampai di titik yang dulu hanya menjadi angan. Semoga perjalanan ini menjadi pengingat, bahwa apapun badai yang datang, aku mampu melewatinya.

ABSTRAK
PENGARUH DAYA TARIK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KIARA ARTHA PARK

Oleh :

Fauzia Salsabilla Zahra

2105962

Pariwisata merupakan sektor yang berkembang pesat dan memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah. Namun, tingkat kunjungan wisatawan seringkali dipengaruhi oleh daya tarik destinasi dan informasi yang diperoleh melalui *Electronic Word of Mouth* (E-WOM). Permasalahan dalam penelitian ini adalah sejauh mana daya tarik dan E-WOM memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Kiara Artha Park. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik dan E-WOM secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh dari jumlah responden yang merupakan pengunjung Kiara Artha Park, dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda melalui bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. E-WOM juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan, kedua variabel independen memberikan kontribusi sebesar [persentase, misal 48,9%] terhadap variasi keputusan berkunjung wisatawan. Kesimpulannya, peningkatan kualitas daya tarik, seperti fasilitas, kenyamanan, dan keunikan destinasi, serta pengelolaan E-WOM yang efektif melalui media sosial dan platform ulasan daring, dapat menjadi strategi penting untuk menarik lebih banyak wisatawan ke Kiara Artha Park.

Kata Kunci: Pariwisata, Daya Tarik, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Keputusan Berkunjung, Kiara Artha Park.

ABSTRACT

The Influence of Destination Attractiveness and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Visiting Decisions to Kiara Artha Park

By :

Fauzia Salsabilla Zahra

2105962

Tourism is a rapidly growing sector that plays a strategic role in the regional economy. However, the level of tourist visits is often influenced by the attractiveness of the destination and the information obtained through Electronic Word of Mouth (E-WOM). The problem in this study is to what extent destination attractiveness and E-WOM affect tourists' visiting decisions to Kiara Artha Park. This study aims to analyze the partial and simultaneous influence of destination attractiveness and E-WOM on visiting decisions. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected from [number] respondents who were visitors to Kiara Artha Park using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results show that destination attractiveness has a positive and significant effect on visiting decisions. E-WOM also has a positive and significant effect on visiting decisions. Simultaneously, both independent variables contribute percentage, e.g., 48.9% to the variation in tourists' visiting decisions. In conclusion, improving the quality of destination attractiveness, such as facilities, comfort, and uniqueness, as well as managing E-WOM effectively through social media and online review platforms, can be an important strategy to attract more tourists to Kiara Artha Park.

Keywords: *Tourism, Attraction, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Visiting Decision, Kiara Artha Park.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN HAK CIPTA	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Industri Pariwisata	7
2.1.2 Daya Tarik Wisata	7
2.1.3 Electronic Word of Mouth.....	8
2.1.4 Keputusan Berkunjung	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Kerangka Berfikir	13
2.4 Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Partisipan.....	16
3.3 Populasi dan Sampel	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18

3.4.1 Prosedur Penelitian	18
3.4.2 Instrumen Penelitian	18
3.4.3 Operasional Variabel	18
3.5 Prosedur Analisis Data	20
3.5.1 Uji Kualitas Data	20
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	23
3.5.3 Analisis Deskriptif.....	25
3.5.4 Analisis Verifikatif	26
3.5.5 Uji Hipotesis Statistik.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Kiara Artha Park	31
4.2 Hasil.....	32
4.2.1 Deskriptif Data.....	32
4.2.1.1 Tanggapan Wisatawan Mengenai Daya Tarik Wisata (X1)	35
4.2.1.2 Tanggapan Wisatawan Mengenai E-WOM (X2)	37
4.2.1.3 Tanggapan Wisatawan Mengenai Keputusan Berkunjung (Y)	39
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.2.3.1 Persamaan Regresi.....	46
4.2.3.2 Koefisien Determinasi	46
4.2.3.3 Uji Hipotesis	47
4.2.3.3.1 Parsial (Uji t).....	47
4.2.3.3.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	48
4.3 Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisata Kota Bandung	2
Tabel 1.2 Rekap Kunjungan Wisata Kiara Artha Park Tahun 2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.2 Skala Likert	20
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata.....	21
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM.....	22
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung	22
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel	23
Tabel 3.7 Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	33
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Media Sosial	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Paparan Konten KAP	35
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Mengenai Daya Tarik Wisata di KAP.....	36
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Mengenai EWOM di KAP	37
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Mengenai Keputusan Berkunjung di KAP.....	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Parsial	47

Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Simultan	48
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	14
Gambar 4.1 Grafik Normal Q-Q Plot.....	41
Gambar 4.2 Grafik Scatter Plot Daya Tarik Wisata.....	42
Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot EWOM	43
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. (2022). Pengguna Aplikasi Google Sketchup Pada Perencanaan Destinasi Wisata Buatan Di Desa Kecandra Salatiga.
- Achmad, F. (2023). Peran Inovasi Meningkatkan Kinerja Industri Pariwisata Bekerlanjutan di Indonesia. *Multidisiplin West Science*, 3.
- Addini Zahra Syahputri, F. D. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 161.
- Amalia Rahmawati, S. P. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pasca Revitalisasi Di Situ Gede Bogor. *Tourist Attraction, E-WOM and Visitor Interst*, 3.
- Anandea Maharani Azzahra, R. F. (2025). Kesesuaian Daya Tarik Wisata Pada Cagar Budaya Di Keseluruhan Darat Sekip Kota Pontianak. *Industri Pariwisata*, 2.
- Apriyani, M. M. (2024). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Puncak Segoro. *Ilmiah Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 29-37.
- Ashari, I. H. (2023). Electronic Word Of Mouth (E-WOM) sebagai Strategi Pemasaran Obbjek Wisata Alam Wapitt Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Program Ilmu Komunikasi* , 15.
- Chaniago, H., Muharam, H., & Efawati, Y. (2023). *METODE RISET BISNIS DAN PERMODELAN*. Bandung: Edukasi Riset Digital PT.
- Dea Nursifa, R. N. (2024). Pengaruh Amenitas Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut. *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi* , 3.
- Dian Mentari Daud, S. S. (2024). Analisis Daya Tarik Wisata Air Terjun Ilohu'uwa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. *Riset dan Pengabdian Interdisipliner*, 19.
- Dini Okta Saputri, R. M. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Pada Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Manajemen dan Profesional*, 10, 11.
- Effiyaldi, J. P. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/89/65>, 2.
- Faizal Hamzah, H. S. (2025). Pengaruh Ewom Terhadap Keputusan Berkunjung Di Arus Liar Adventure . *Sains Manajemen*, 1.

- Fredy Satrya Anggara, T. K. (2017). Kolerasi Nilai Mata Kuliah Geografi Lingkungan dan PKLH Dengan Sikap Peduli Lingkungan Hidup Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Unsyiah. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Mahasiswa Geografi*, 30, 31.
- Gusti Pratiwi, T. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Bisnis Mahasiswa*, 125.
- Hariyono, T. d. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Body Serum. *Riset Akuntansi, Manajemen, Ekonomi, dan Teknologi*, 161-170.
- Hasibuan, M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Digital dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kelapa Pandan Wangi Labuhanbatu. *Penelitian ilmu sosial*, 2.
- Hasibuan, M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Digital dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kelapa Pandan Wangi Labuhanbatu. *Penelitian Ilmu Sosial*, 3.
- Henry Setyowati, A. L. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 1.
- Herlinawati, N. A. (2025). The Influence Of Current Ratio, Debt To Assets Ratio, And Debt To Equity Ratio On Return On Assets At PT Unilever Indonesia Tbk. *Dynamic Management*, 8.
- Krestanto, H. (2018). Potensi Batik Sebagai Daya Tarik Desa Wisata (Studi di Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Propinsi Jawa Tengah). *Media Wisata*, 2.
- MohammadHabibi, F. D. (2021). Dinamika Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Analisis Dampak Inflasi Dan Kurs Mata Uang. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/investi/article/view/116/118>, 6.
- Mulia Pandan. (2024). Pengaruh Ragam Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Restu. *Jurnal Mahasiswa*, 1.
- Mutia. (2024). Uji Statistik Pengertian dan Tujuannya dalam Analisis Data. *Solusi Jurnal*, 1.
- Nugraha, B. (2021). Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. CV Pradina Pustaka Grup.
- Nugraha, I. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *E Jurnal Undip*, 2.

- Nurlaila Riski, N. Q. (2025). Analisis Pengaruh Viral Marketing dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Religi al-Jabbar Bandung). *Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* , 3.
- Permatasari, S. P. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Karyawan dan Divisi Operasional PT. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Ilmiah M-Progress*, 5.
- Prayogi, O. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah).
- Puspitasari, H. d. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas, Produk, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 163-172.
- Rachman, N. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022). *scientific*, 21.
- Rahmi, N. (2019). Pengaruh Komunikasi Interpresional Guru Terhadap Minat Masyarakat Melanjutkan Studi Anak Ke Yayasan Pondok Pasantren Darussalam Di Kelurahan Sungai Salak, Kecamatan Templung, Kabupaten Indragiri Hilir. Dalam N. Rahmi, *Pengaruh Komunikasi Interpresional Guru Terhadap Minat Masyarakat Melanjutkan Studi Anak Ke Yayasan Pondok Pasantren Darussalam Di Kelurahan Sungai Salak, Kecamatan Templung, Kabupaten Indragiri Hilir* (hal. 13).
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Inovasi Penelitian*, 1,2.
- Rosalia Dalima Landang, W. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Emas*, 62.
- Selamet, H. d. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan di Museum Semedo Tegal. *Manajemen dan Bisnis Tanjungpinang*, 2.
- Setyowati, A. L. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Taman Taru Jurug. *Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* , 26.
- Silvi Nur Rahmawati, P. D. (2024). Analisis Daya Tarik Dan Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Kopi Chuseyo Di Kota Tegal . *Journal of Hospitality & Tourism*, 2 dan 3.
- Sugiyono. (2018). *Qualitative Quantitative Research Methods and R & D (Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D: in Indonesia)*. Alfabeta.

- Suliyanto, R. P. (2023). The Market Competition Of Intention To Revisit Nature Tourism Destinations. *Corporate dan Bisnis Strategi Review*, 261-262.
- Tjiptodjojo, A. W. (2025). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Brand Image terhadap Purchase Decision. *Ilmiah Ilmu Pendidikan* , 2.
- Wedanta, P. A. (2023). Pengaruh Media Sosial, Selenrity Endorsement, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Tegenungan Waterfall.
- Winarni, S. (2021). Pengaruh Iklan Instagram Dan Tiktok Terhadap Eksistensi Pelanggan Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19di YogyakartaA. *Prima Ekonomika* , 72.
- Wulansari, R. d. (2023). Pengaruh Fasilitas dan E-WOM terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang. *Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3.