

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yusron¹; Dani Adiatma²; Stanny Dhamayanty. (2026). *ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN BERKUNJUNGWISATAWAN KE OBJEKWISATA TALAGA BODAS KABUPATEN GARUT*. 10(1), 415–429.
- Anshori, F. Al, & Musahidah, U. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry*. 2(2), 170–185.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi V). Rineka Cipta.
- Aulia, N. A., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., Malang, U. M., Hakim, R., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., Malang, U. M., Hakim, A. L., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., Malang, U. M., Noviyanti, R., Studi, P., Ekonomi, H., Syariah, F., & Qolam, U. Al. (2025). *P-ISSN E-ISSN Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Analisis Efektivitas Pengelolaan dan Pendistribusian Zakat dalam Mengurangi Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi pada BAZNAS Kota Batu : Pendekatan Kuantitatif*. 5, 40–55.
- Ayu Wahidah, F. A. A. (2025). *PENGARUH KEPRIBADIAN INTROVERT TERHADAP PROSES BISNIS DI YAYASAN SUKABUMI STUDY CENTER*. 10, 56–62.
- Benedicta Jennifer Yosandril, N. E. (2022). *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor*. 7(1), 1–23.
- Cahyadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*. Ubd, 1.
- Fachrudy Asj'ari, Hartono, I. M. B. D. (2022). *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION : IMPULSE BUYING IN SURABAYA CONSUMER* Fachrudy. 5(4), 364–370.
- Febriyanti Putri Hamid, Tineke Wolok², A. J. (2025). *PENGARUH FASILITAS WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA HIU PAUS BOTUBARANI*. 7(3), 1085–1098.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th

ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). *Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan*. 2.

Hisyam Ihsan, Maya Sari Wahyuni, & A. I. K. (2023). *Penerapan Analisis Faktor Eksplanatori pada Pengambilan Keputusan Mahasiswa Membeli Produk Online di Kota Makassar*. 6(2), 169–176.

Lie, A., & Hasan, Z. I. (2024). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Konten Siniar Berbayar di Aplikasi Noice*. 703–715.

Manajemen, M., & Informatika, I. (2015). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN DESTINASI WISATA BAGI WISATAWAN DOMESTIK NUSANTARA*. 01(1).

Masdiani siagian , Ester Mawar Siagian, N. S. (2026). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI*. 4(2), 197–209.

Nafidlotus Saadah. Nur Ihsan. Akhmad Mubadillah. (2025). *ANALISIS PEMASARAN POLA 7P UNTUK MENARIK MINAT PELANGGAN DI HOTEL AL MADINA BLORA Nafidlotus*. 1(1), 19–29.

Review, J. E., Anggriani, I., & Rahman, A. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada LPK Barokah Kota Bengkulu*. 11(1), 571–580.

Safitri Dewi Dinda, Rahayu, and Syamsul, M. H. (2023). *ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGUNJUNG WISATA BUKIT KAYU PUTIH*. 1–7. <http://repository.unim.ac.id/id/eprint/4851>

Sianturi, H. C., Paludi, S., & Harga, P. (2022). *Signifikasi Produk Wisata , Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII*. 13, 38–46. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11103>

Sri Wahyuni., Ida Anggriani., I. U. P. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah*. 10, 379–390.

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, CV.

- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). *Pengaruh citra destinasi , fasilitas , dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara*. 4(1), 15–29.
- Sukoharjo, S. D. I. (2021). *MENGUJI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SUKOHARJO*. 7(May), 81–94.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Suryani, A. I. (2002). *Strategi pengembangan pariwisata lokal*.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. PBF E.
- Syarifuddin, Sylvy L Mandey, W. J. F. . T. (2022). *SEJARAH PEMASARAN & STRATEGI PEMASARAN* (J. B. Maramis, Ed.). CV. ISTANA AGENCY.
- Thoharudin, M., Hindrayani, A., Maret, U. S., Marganingsih, A., Relita, D. T., Pelipa, E. D., Fitria, F., Bina, U., Lubuklinggau, I., Syahrudin, H., Ulfah, M., Asriati, N., Johan, S., Suriyanti, Y., & Mujib, A. (2022). *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 07(1).
- Timotius, H., & Nainggolan, B. M. H. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi , Kualitas Pelayanan , dan Promosi Terhadap*. 10(3), 1–15.
- Vikrul Aula, Rahayu, & Dwihandoko, T. H. (2024). *Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth (WOM) Sebagai Variabel Moderating*. 86–98.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*.