

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2009). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN* (p. 2). Sekretariat Negara.
- Diantanti, N. P., & Asrori, I. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud). *JURNAL TRANSLITERA*, 47(4), 124–134. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Ghozali, I. (2018). *MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 EDISI 9*. In *Alfabeta Bandung* (Issue April). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Investment, I. (2016). *Industri Pariwisata Indonesia*. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051>
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru. *Jurnal EMA*, 4(1), 23–29. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.35>
- Nabila, O. (2019). *Pengaruh Harga Tiket Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Istana Maimun*. 105.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Natalia Stella, A. K., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022a). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. *382 Jurnal EMBA*, 10(4), 382–392.
- Natalia Stella, A. K., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022b). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. *Jurnal EMBA*, 10(4), 382–392.
- Nisa, K., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Fasilitas Dan

Lokasi Untuk Mendorong Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Suwono Indah Park Kabupaten Ngawi. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, September*.

Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>

Sari, P. E., Mariyanti, E., & Putri, S. L. (2021). Pengaruh E-Wom Media Sosial Instagram, Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(2), 319–334.

Sianturi, H. C., & Paludi, S. (2022). Signifikansi Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 38–46. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11103>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Wahyudi, M., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Produk Wisata Dan Integrated Marketing Communication Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan Ke Desa Lamajang Pangalengan Kab *EProceedings ...*, 5(2), 824–828.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10195>

Anonim. 2022. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus. Hal 1-53.