

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perolehan pada kajian ini dan pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan tentang pengaruh EWOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok yang dimediasi oleh Destination Image, berdasarkan temuan penelitian yang melibatkan 160 partisipan, dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Ewom berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
3. Ewom berpengaruh positif dan signifikan terhadap Destination Image pada wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
4. Ewom berpengaruh positif dan signifikan terhadap Destination Image pada wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
5. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
6. EWOM melalui Destination Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
7. Kualitas Pelayanan melalui Destination Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok

B. Saran

Simpulan yang didapatkan memunculkan saran dari peneliti yang bisa di rekomendasikan dan bisa disajikan sebagai berikut :

1. Bagi pengelola objek wisata Bukit Cambai

Berdasarkan pada kajian ini menunjukkan bahwa Electronic Word Of Mouth dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada wisata bukit cambai. Diharapkan kepada pengelola wisata bukit cambai juga harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan dengan cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat islam seperti bersikap sopan dan ramah kepada pengunjung, membantu wisatawan yang membutuhkan bantuan dan menjaga kebersihan tempat wisata. Pengelola disarankan memberikan seragam kepada karyawannya sebagai simbol karyawan bukit cambai. Selanjutnya perusahaan juga perlu meningkatkan Electronic Word Of Mouth diberbagai media sosial seperti tiktok, Fb, twiter dan lainnya. Pengelola juga meningkatkan citra destinasi dengan melakukan promosi, mengadakan event atau kegiatan dan membuat konten yang menarik tentang wisata bukit cambai. Pengelola disarankan menjadikan wisata ini sebagai wisata halal dikarenakan wisata ini terletak di sumatera barat yang mayoritas muslim. Pengelola bisa jadikan wisata ini menjadi wisata halal dengan menjual makanan yang halal, menyediakan tempat ibadah, menerapkan penginapan syariah dengan menguakan surat nikah sebagai syarat bagi seorang pasangan yang ingin menginap.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian yang didapatkan disini bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang jenis penelitiannya sejenis, dan hendaknya menambahkan atau memperluas variabel penelitian lainnya seperti, Motivasi Wisata, Daya Tarik Wisata, harga tiket, fasilitas serta melakukan penelitian di wisata lainya dan menggunakan metode analisis yang berbeda dimana pada kajian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode

penelitian kualitatif untuk mendapatkan pemahaman secara lebih mendalam.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prakoso, Fajar. "Analisis Word of Mouth, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Wisatawan." *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)* 4, no. 1 (2022): 32–41. <https://doi.org/10.51454/jimsh.v4i1.435>.
- Akbara, Anisa Zahwa, and Yulita Suryantari. "Impact of Destination Images and E-WOM on Urban Millennial Decision to Visit Tourism Potential City." *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 5, no. 1 (2024): 37–50. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v5i1.394>.
- Alvin, Alvin, Putri Nastiti, and Elisabeth Marsella. "Identifikasi Faktor Loyalitas Pengguna Pada Shopee Games Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM)." *Edu Komputika Journal* 10, no. 1 (2023): 38–45. <https://doi.org/10.15294/edukomputika.v10i1.61821>.
- Anggi Angellia, and Ahmad Mardalis. "Pengaruh SMM Dan E-Wom Terhadap Visit Intention Dengan Destination Image Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Pariwisata Religi: Studi Kasus Syekh Zayed Grand Mosque Solo." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (2024): 5181–95. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2236>.
- Anna Wulandari, Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta, 2024.
- Arrizki, Muhammad Zidan, M. Trihudyatmanto, and Heri Purwanto. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Alam Posong Di Kabupaten Temanggung)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 3, no. 5 (2023): 19.
- Aulia, A.R., and A.I Yulianti. "This Work Is Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial Aulia & Yuliaty | Pen Garuh City Branding ' A Land Of Harmony ' Terhadap Minat Berkunjung " *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 3, no. 3 (2019): 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>.
- Avifah, and Marheni Eka Saputri. "Faktor-Faktor Information Adoption Model Terhadap Purchase Intention: Studi Pada Media Sosial Tiktok Azarine Cosmetic." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 5 (2024): 3778–90. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1843>.

- Ayu, Jati Paras. “Pengaruh Pemasaran Digital Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari Di Kepulauan Seribu.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 3 (2021): 223. <http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1478>.
- Ayumi, Shalsha Afifah, Erlyna Wida Riptanti, and Isti Khomah. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran.” *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 6, no. 1 (2022): 1–16.
- Hair, Joseph F, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. “The Results of PLS-SEM Article Information.” *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24.
- Handyana, Savira Widya, Handojo Djoko Waloejo, and Wahyu Hidayat. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, no. 1 (2023): 43–50.
- Harisstha, Nur Ahmat Zaim, Mahmud Mahmud, Ariati Anomsari, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. “Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Guci.” *Serat Acitya* 13, no. 1 (2024): 12–21. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1320>.
- Hartono, J and Abdilah W. *Partial Least Square – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offsct, 2015.
- Illah, Ainun Nur, Raden Andi Sularso, and Bambang Irawan. “Pengaruh Citra Destinasi Dan E-WOM Di Media Sosial Instagram Serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata B29 Di Kabupaten Lumajang.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 2 (2019): 164. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11163>.
- Inovasi, Seminar, Manajemen Bisnis Dan, Terhadap Ketepatan, Waktu Penyampaian, and Laporan Keuangan. “Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5 Pengaruh,” no. September (2023): 383–95.
- Iskamto, Dedi, and Silfadila Zumarnis. “Penerapan Information Adoption Model Untuk Mengukur Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Scarlett Whitening Di Media Sosial Tiktok.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8, no. 1 (2024): 194. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1296>.
- Langi, Steven, Widi Dewi R, and Yunus Handoko. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Asmat Untuk Berkunjung Berobat Kembali Melalui Kepuasan Pada Puskesmas Agats, Distrik Agats, Kabupaten Asmat,

- Propinsi Papua.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (2022): 73–88. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i2.1523>.
- Lestari, Siti, Ima Kristina Yulita, and T Handono Eko Prabowo. “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan).” *EXERO : Journal of Research in Business and Economics* 5, no. 1 (2022): 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>.
- Makawoka, Claudya Dwi Pradita, Djurwati Soepeno, and Sjendry S.R Loindong. “Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 817. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>.
- Mandey, S L, and F Roring. “Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di Tengah Pandemi Covid-19.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi ...* 10, no. 1 (2022): 1767–76. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/40291%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/40291/36211>.
- Manoy, Tirta Imarrie, Lisbeth Mananeke, and Rotinsulu Jopie Jorie. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi.” *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021): 314–23.
- Maulin, Affifah Febilistyawati, and Choliq Sabana. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG: DI KOLAM RENANG TIRTA ARUM BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN.” *Journal of Accounting and Management's Student* 1, no. 2 (2024).
- Melarosa, Berlyana, Rizal Fauzi, and Prima Saputro. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening,” 2017, 1–21.
- Muri Yusuf. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan.*” Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014.
- Nadila, Ayu, Liharman Saragih, and Wico Jontarudi Tarigan. “Pengaruh Recreational Satisfaction Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisata Kebun Teh Sidamanik Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ekonomi Integra* 12, no. 2 (2022): 133–42.
- Nuri purwanto, Budiyanto, Suhermin. *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace.*

Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.

- Nusi, Aditya Firmansyah, Desrika Talib, and Sri Sunarti. "TULIP : Tulisan Ilmiah Pariwisata." *Tulisan Ilmiah Pariwisata* 5, no. 2 (2020): 42–48.
- Oktariani, Elvi, Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, and Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. "Pengaruh Service Quality Dan Word of Mouth Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Destination Image Pada Wisata Pantai Terong Aceh Tengah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4, no. 3 (2019): 391–408.
- Oktavia, Reno Catelya Dira, Nurbaeti, Heny Ratnaningtyas, and Muhammad Ardy Rachmadhita. *The Influence of TikTok and Destination Image on the Decision to Visit Taman Impian Jaya Ancol Post-Pandemic and Visitor Satisfaction*. Atlantis Press International BV, 2023. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-296-5_20.
- Oley, Daniel, James D.D. Massie, and Imelda W.J. Ogi. "Pengaruh EWOM (Electronic Word of Mouth) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Di Kota Tomohon." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 02 (2023): 78–89. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46935>.
- Pasaribu, Kristin, and Yuliawati. "Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)* 2, no. 2 (2019): 99–112. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/439>.
- Pradana, Gamma Bhakti, Puspo Dewi Dirgantari, and Agus Rahayu. "The Influence of Tourist Motivation on Tourist Visit Decision During Visit Keraton Cliffts Bandung." *Dinasti International Journal of Management Science* 4, no. 3 (2023): 483–88.
- Priansa, Donni Juni. "Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada." *Ecodemica* IV (1), no. 2355–0295 (2016): 117–24.
- Purnama, Nuryanto, and Novi Marlena. "Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Gunung Semeru." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1 (2022): 1626–34. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1626-1634>.
- Purwanto, Hari, Dian Citaningtyas Ari Kadi, and Galuh Rismawati. "Pengaruh Daya Tarik Dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening." *Management and Business Review* 5, no. 2 (2021): 251–64. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>.

- Ratna Wijayanti Daniar Paramitra, Noviansyah Rizal, Rizal Bahtiar Sulistyan. “*Metode Penelitian Kuantitatif.*” lumajang: Widia Gama Press, n.d.
- Rhamadhani, Devy Ayu, and Eklezia Eriska Dwi Saputri. “Analisa Model Machine Learning Dalam Memprediksi Laju Produksi Sumur Migas 15/9-F-14H.” *Journal of Sustainable Energy Development* 1, no. 1 (2023): 48–55.
- Riadi, Didi, Lalu Adi Permadi, and Weni Retnowati. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan.” *Jurnal Riset Pemasaran* 2, no. 2 (2023): 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>.
- Rofiah, Chusnul. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi.” *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 3, no. 1 (2020): 32–39. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.527>.
- Rosalyn Gracya. “Analisis Penggunaan Aktual Sistem Informasi Manajemen Barang Milik Daerah Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Di Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Yapen.” *Journal of Social and Economics Research* 5, no. 1 (2023): 078–090. <https://doi.org/10.54783/jsr.v5i1.72>.
- Saputra, Darman. “Berkunjung Kembali : Peran” 6 (2023): 2915–26.
- Sari, Anjar Arista anjararistas@gmail.com, and Sri Abidah Suryaningsih. “Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020): 187–99. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p187-199>.
- Sarmigi, Elex, and Ennike Parasmala. “Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh.” *Al-Dzahab* 2, no. 2 (2021): 93–105. <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>.
- Setiawan, Asep Wahyu, and Santoso Setiawan. “Analisis Penerapan Metode Task Technology Fit (TTF) Pada Customer Samsung Menggunakan Aplikasi Smart Tutor.” *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science* 1, no. 3 (2023): 675–88. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>.
- Setiawan, Dedy. “Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi Dengan Pendekatan HOT-FIT Model.” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 14, no. 1 (2024): 1–11. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>.
- Siregar, Sofyan. “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif.*” Jakarta: Bumi Angkasa, 2014.

- Siregar, Syofyan. *Statistic Parametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, n.d.
- Situmorang, Julyanti, Rasmulia Sembiring, and Jeudi A T P Sianturi. "Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023)." *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX* 6 (2023): 1–13.
- Solichin, Aditya, Dhea Ayu Resky Amalia, Lily Katniaty, Tri Wisudawati, Ecclisia Sulistyowati, and Wahyu Adhi Saputro. "Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan." *Journal of Economic and Management (JECMA)* 3, no. 1 (2021): 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>.
- Subagia, Dodi, Yudi Nur Supriadi, and Agus Rahmat Hermawanto. "Model Strategi City Branding, Electronic Word of Mouth, Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Oleh City Image Dalam DALAM MEWUJUDKAN SMART CITY MENUJU KOTA TANGERANG KELAS DUNIA." *Jurnal MoZaiK* 12, no. 1 (2020): 33–50. <https://ijc.ilearning.co/index.php/mozaik/article/view/1312>.
- Sugiyono. *"Metode Penelitian Kuantitatif "*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- . *"Metode Penelitian Kuantitatif."* Bandung: ALFABETA, 2022.
- . *"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)."* Bandung: ALFABETA, 2020.
- . *"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D."* Bandung: ALFABETA, 2021.
- . *"Metode Penelitian Manajemen."* Bandung: ALFABETA, 2018.
- . *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alabeta, 2010.
- Sugiyonon. *"Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatid Dan Kombinasi (Mixed Mathods)."* Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tamualina, Dkk. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*. Karawang: CV Saba Jaya Publisher, 2024.
- Timotius, Heurnius, and Bonifasius MH Nainggolan. "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol." *Journal Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–15. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4472%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4472/2905>.
- Tjolomadoe, D I D E, and Ida Aryati. "Historis, Daya Tarik Wisata Dan Electronic

- Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 12, no. 2 (2019): 59–63. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i2.1424>.
- Wahid Nur Ramadhan, Dedy Mainanta, and Tika Parlina. “Pengaruh Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Musilum Di Wisata Susur Sungai Mahakam.” *Bifej* 3, no. 2 (2023): 2023.
- Wahyuni, Sri, Ida Anggriani, and Iswidana Utama Putra. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. S1 (2022): 379–90. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2013>.
- Wahyuni, Sri, and Pribanus Wantara. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Berkunjung Melalui Citra Destinasi Pada Wisata Taman Rekreasi Kota Bangkalan.” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 3, no. 2 (2024): 219–29. <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i2.18561>.
- Widodo. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Depok: Raja Gafindo perseda, 2017.
- Wulandari, Ratih Wahyu, Heny Sidanti, and Dian Citaningtyas Ari Kadi. “Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah.” *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4 4, no. 3 (2022): 1–20.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, n.d.