

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
LOKASI DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG PADA TAMAN WISATA DESA JABUNG
KABUPATEN MAGETAN**

Rafida Risma Oktafiana¹⁾, Hari Purwanto²⁾

Universitas PGRI Madiun

rismarafidaae@gmail.com

Universitas PGRI Madiun

Hari.purwanto@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to provide partial empirical evidence of the effect of Attractiveness, Electronic Word Of Mouth, Location and Ticket prices on the decision to visit the Jabung Village Tourism Park. This research uses a quantitative approach with a survey research design. The research population was tourists who had visited the Jabung Village Tourist Park tourist attraction in Magetan Regency. With a data processing program, namely the SPSS 23 program. With data collection techniques in this study using purposive sampling and distributing questionnaires with a sample of 384 as a data collection tool. And data analysis techniques using Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Analysis, Hypothesis Test and Coefficient of Determination Test. The results of the study prove that partially there is a significant influence of 1) Tourist Attractiveness on Visit Decisions, 2) Electronic Word Of Mouth on Visit Decisions, and 3) Location on Visit Decisions on Visit Decisions, while 4) Price has no effect on Visit Decisions on Jabung Village Tourism Park

Keywords: *Attractiveness, Electronic Word Of Mouth, Location, Ticket Prices, Visiting Decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris secara parsial adanya pengaruh Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth*, Lokasi dan Harga tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Desa Jabung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung pada objek wisata Taman Wisata Desa Jabung yang berada di Kabupaten Magetan. Dengan program pengolah data yaitu program SPSS 23. Dengan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan penyebaran menggunakan kuesioner dengan sampel 384 sebagai alat pengumpulan data. Dan teknik analisis data menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linier Berganda, Uji hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial adanya pengaruh secara signifikan 1) Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung, 2) *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung, dan 3) Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung, sedangkan 4) Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung

Kata Kunci: *Daya Tarik, Electronic Word Of Mouth, Lokasi, Harga Tiket, Keputusan Berkunjung*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan suatu negara yang mempunyai kekayaan alam tidak dapat ternilai baik daratan maupun dari lautannya. Kekayaan alam itulah yang di manfaatkan pemerintah untuk membangkitkan perekonomian seluruh warga Indonesia. Apalagi, setelah melewati beberapa tahun melawan pandemi ekonomi Indonesia ikut merosot. Pertumbuhan ekonomi yang terhambat tersebut tentunya juga menghambat berbagai sektor. Salah satunya pada sektor pariwisata. Banyak wisata-wisata yang terpaksa menghentikan aktivitasnya demi mencegah penularan yang semakin melebar. Hal ini tentunya berdampak buruk bagi para pengelola wisata, wisata menjadi terbengkalai bahkan nyaris tutup karena tidak adanya pemasukan untuk mengelola tempat pariwisata yang mereka miliki sehingga wisata menjadi tidak berkembang (Ahsani, 2023).

Terdapat beberapa perubahan trend pariwisata yang mendunia, juga di Indonesia. Turis atau wisatawan mencari pilihan lain seperti pariwisata alternatif dari yang semula mencari pariwisata massal atau yang umum untuk mereka datangi, hal tersebut merupakan kecenderungan wisatawan untuk memilih tindakan tertentu, wisatawan atau turis memilih pariwisata yang ditujukan untuk wisata alam atau budaya lokal dengan tujuan yang diinginkan untuk memperluas perspektif dan pengalaman yang berbeda. Tren pariwisata mendorong terciptanya produk-produk wisata baru dengan promosi budaya, alam dan beberapa keunikan yang merupakan kekuatan di daerah tertentu (Walda Okvi Juliana Ningsih, 2023). Salah satu contoh wisata alternatif yang dikelola oleh BUMDes yaitu Taman Wisata Desa Jabung (TWD).

Taman Wisata Desa Jabung (TWD) di resmikan pada tahun 2021 oleh BUMDes. Didalam Taman Wisata Desa Jabung terdapat penginapan, tempat makan, dan aktivitas lain. Wisata desa ini bertempat di kaki gunung lawu yaitu di Desa Jabung Kecamatan Panekan, Kabupaten Magetan Jawa timur. Wisata ini merupakan wisata yang mengusung konsep alam di dalamnya.

Pada Taman Wisata Desa Jabung terdapat daya tarik yang dapat dilihat oleh pengunjung yang datang seperti hamparan sawah yang hijau, pemandangan yang memanjakan mata, Kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan, oleh-oleh yang dapat di beli, alat transportasi yang mudah di cari dan penginapan.

Electronic word Of Mouth juga diharapkan dapat menyebar luas sehingga konsumen dapat membacar ulasan dari wisatawan yang pernah berkunjung, mempermudah wisatawan untuk mencari informasi, ditambah mereka bisa menemukan informasi tersebut bukan hanya secara langsung namun dengan media online, akan mengurangi rasa khawatir dan menambah rasa percaya diri wisatawan.

Pada Lokasi Taman Wisata Desa Jabung juga menyediakan akses yang baik untuk wisatawan, lokasi yang memiliki arus lalu lintas yang lancar, penunjuk lokasi yang mudah dilihat, dan menjaga kondisi lingkungannya tetap bersih dan nyaman. Harga yang ditetapkan oleh Taman Wisata Desa Jabung cukup murah dan terjangkau Rp 8000-Rp 10.000, selain hal tersebut pengelola juga memudahkan wisatawan dengan cara pembayaran digital serta memberikan promo atau discount kepada wisatawan yang berkunjung.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Menurut Listianingrum (2019) yang menyatakan bahwa Daya Tarik memberikan hasil yang positif dan signifikan pada keputusan orang untuk berkunjung di suatu tempat. Sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda Menurut hasil penelitian Anggraini (2019) Daya Tarik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Menurut penelitian dari Tjolomadoe & Aryati (2019) yang menyatakan bahwa *Electronic Word Of Mouth* memberikan hasil yang positif dan signifikan pada keputusan orang untuk berkunjung di suatu tempat. Sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda Menurut hasil penelitian Diyanto (2019) *Electronic Word Of Mouth* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Menurut penelitian Hardina & Sudarusman (2021) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan, penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda yaitu penelitian dari Lebu (2019) lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Menurut dari Beslar (2022) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan, penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda yaitu penelitian dari Widayati (2023) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth*, Lokasi dan Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung Kabupaten Magetan.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Daya Tarik Wisata

Pendit (2003) menjelaskan akan daya tarik wisata merupakan sesuatu yang terlihat menarik dan berharga untuk dapat didatangi dan dilihat, pada dasarnya tempat wisata dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tempat wisata alam dan tempat wisata buatan. Maryani (1991) menyebutkan adanya beberapa faktor yang ada didalam Daya Tarik yaitu, 1) Sesuatu yang dapat dilihat, 2) Kegiatan yang dapat dilakukan, 3) Sesuatu yang dapat dibeli, 4) Alat transportasi dan 5) Penginapan.

Electronic Word Of Mouth

Kotler dan Keller (2016) Mendefinisikan *Electronic Word Of Mouth* sebagai pemasaran menggunakan internet untuk menimbulkan efek berita dari mulut satu ke mulut lain sebagai pendukung usaha serta tujuan dari pemasaran. Jalilvand dan Samiei (2012) berujar bahwa terdapat 5 indikator dari *Electronic Word Of Mouth* yang dapat mempengaruhi *Electronic Word Of Mouth* merupakan 1) Membaca ulasan online konsumen lain, 2) Mengumpulkan informasi dan review produk konsumen melalui internet, 3) Secara Online, Perasaan khawatir apabila seseorang tidak membaca ulasan online sebelum pembelian, 4) Peningkatan rasa percaya diri setelah membaca ulasan online.

Lokasi

Tjiptono (2001) menyebutkan bahwa Lokasi merupakan tempat beroperasinya suatu perusahaan atau tempat suatu perusahaan melakukan kegiatan produksi barang dan jasa dari sudut pandang ekonomi. Lokasi yang baik memastikan aksesibilitas yang cepat, dapat menarik banyak konsumen dan cukup kuat untuk mengubah kebiasaan belanja dan pembelian. Berdasarkan pernyataan dari Tjiptono (2007) Lokasi memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya seperti 1) Akses, 2) Lalu lintas (*traffic*), 3) Visibilitas, 4) Tempat parkir, 5) Kondisi Lingkungan wisata.

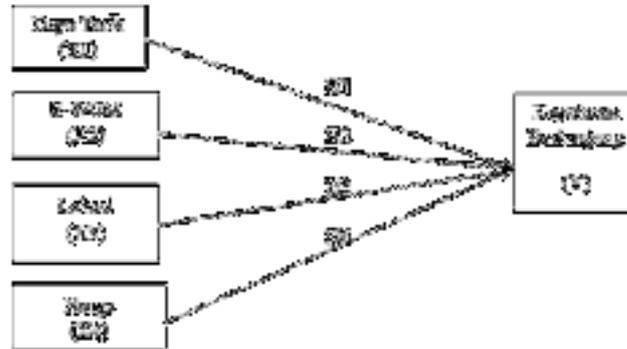
Harga Tiket

Kotler dan Armstrong (2008) menyebutkan harga merupakan nilai moneter dari suatu barang atau jasa, besar uang yang akan dibayarkan atau ditukarkan konsumen dari manfaat yang di dapat atas barang atau jasa. Menurut Herman (2007) indikator Harga dapat terbagi menjadi 3 seperti 1) Penetapan harga, 2) Metode pembayaran dan 3) Diskon.

Keputusan Berkunjung

Kotler dan Keller (2008) menyebutkan yaitu keputusan pembelian merupakan proses evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan, konsumen membentuk maksud membeli merek yang paling disukai, dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen. Menurut Damanik, Weber (2006) menyartakan bahwa terdapat lima tahap perilaku konsumen dalam pengambilan Keputusan Pembelian yaitu 1) *Destination Area* (Tempat Tujuan), 2) *Travelling Mode* (Tipe Perjalanan), 3) *Time and Cost* (Waktu dan Biaya), 4) *Service Source* (sumber Jasa)

Kerangka Berfikir



Gambar 1 Kerangka Berfikir

HIPOTESIS

- H1: Daya Tarik (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y)
- H2: *Electronic Word Of Mouth* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y)
- H3: Lokasi berpengaruh (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)
- H4: Harga tiket (X4) berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung (Y)

METODE PENELITIAN

Teknik yang dipergunakan penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth*, Lokasi dan Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung. Teknik pengumpulan data pada skripsi ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner melalui media internet. *Purposive sampling* dipergunakan dalam metode mengambil sampel dalam penelitian ini. Dikarenakan pada penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang di tetapkan sehingga tidak semua responden dapat mengisi. Besar sampel untuk penelitian ini adalah 384 responden.

Variabel yang akan di teliti pada penelitian ini yaitu Daya Tarik Wisata, *Electronic Word Of Mouth*, Lokasi dan Harga Tiket. Sedangkan, untuk Variabel terikatnya yaitu Keputusan Berkunjung.

Deskripsi Data Penelitian

Data informasi yang diberikan responden yang pernah berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung. Berdasarkan sampling, teridentifikasi 384 responden yang terdiri atas:

Tabel 1 Jenis Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	15-25 Tahun	189	49,22 %
2	26-40 Tahun	128	33,33 %
3	41-60 Tahun	67	17,45 %
Total		384	100%

Sumber : Data Primer Di Olah (2023).

Dapat dilihat pada tabel 1 bahwa usia responden yang pernah mengunjungi TWD Jabung paling banyak kisaran usia sekitar 15-25 tahun dengan presentase 49,22%. Karena, pada usia 15-25 tahun lebih menghabiskan waktunya diluar daripada menghabiskan waktunya dirumah.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah dengan One Sample *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari tersebarnya kuisisioner dari hasil uji normalitas tersebut dapat dinyatakan normal apabila nilai signifikasinya $> 0,05$. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		384
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0E-7
	<i>Std. Deviation</i>	,35269430
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,286
	<i>Positive</i>	,286
	<i>Negative</i>	-,085
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1,596
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,326
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Sumber : *Output SPS.*

Didalam tabel 2 dapat dibuktikan bahwa pengujian normalitas dari nilai *Asymp* signifikansi sebesar $0,326 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial dipergunakan dalam pengujian seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji parsial bertujuan untuk menganalisis adanya “Pengaruh Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth*, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung”. Variabel tersebut dapat mempengaruhi apabila nilai signifikasinya $< 0,05$. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Hasil Uji T

Variabel	t Hitung	Sig	Keterangan
Daya Tarik Wisata	11,396	,000	Berpengaruh
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	9,282	,000	Berpengaruh
Lokasi	15,830	,000	Berpengaruh
Harga Tiket	-,704	,482	Tidak berpengaruh
Variabel Dependen: Keputusan Berkunjung			

Sumber : Data Primer, Diolah (2023).

Berdasarkan hasil uji pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa:

1. Variabel Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung memperoleh nilai thitung sebesar $11,396 > ttabel$ sebesar $1,966$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H1 Diterima**. Hal ini disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.
2. Dari variabel *Electronic Word Of Mouth* terhadap variabel Keputusan Berkunjung memperoleh nilai thitung sebesar $9,282 > ttabel$ sebesar $1,966$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H2 Diterima**. Hal ini disimpulkan bahwa variabel E-WOM berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.
3. Untuk variabel Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $15,830 > t_{tabel}$ sebesar $1,966$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H3 Diterima**. Hal ini disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.
4. Sedangkan pada variabel Harga Tiket terhadap Keputusan Pembelian memperoleh nilai thitung sebesar $-0,704 < ttabel$ sebesar $1,966$ dengan nilai signifikansi $0,482 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa **H4 Ditolak**. Hal ini disimpulkan bahwa variabel harga tiket tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinasi dipergunakan sebagai salah satu metode untuk mengukur seberapa besar kontribusi suatu model regresi dapat menggambarkan suatu jenis variabel dependen tertentu (Ghozali, 2018). Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 4 Hasil Uji Koefisiensi Determinan

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,984 ^a	,968	,967	,355	2,104
a. Predictors: (Constant), Harga Tiket, Daya Tarik Wisata, Lokasi, Electronic Word Of Mouth					
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung					

Sumber : Data Primer Diolah (2023).

Berdasarkan hasil dari tabel 4 diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,967 atau 96,7% artinya nilai Daya Tarik Wisata (X1), *Electronic Word Of Mouth* (X2), Lokasi (X3) dan Harga Tiket (X4) memberikan pengaruh sebesar 96,7% % sedangkan 3,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Hal ini disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik dapat mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung.pada Taman Wisata Desa Jabung. Berdasarkan pernyataan responden Daya tarik yang dapat dilihat, kegiatan yang dapat dilakukan pada Taman Wisata Desa Jabung, sesuatu yang dapat di beli, alat transportasi yang mudah dicari serta tersedianya penginapan pada Taman Wisata Desa Jabung sangat mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam berkunjung Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi daya tarik wisata Desa Jabung maka dapat meningkatkan keputusan berkunjung responden yang ingin berwisata didesa Jabung.

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil pada penelitian ini mengemukakan bahwa E-WOM berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Jadi, dapat disimpulkan bahwa E-WOM dapat mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung.pada Taman Wisata Desa Jabung. Menurut pernyataan responden E-WOM atau ulasan pengunjung sebelumnya dan segala informasi mengenai Taman Wisata Desa Jabung yang ada di media internet dapat menambah keyakinan dan mengurangi rasa cemas saat

akan berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung. Hal tersebut tentunya sangat mempengaruhi Keputusan Berkunjung wisatawan. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi tingkat pemasaran melalui E-WOM maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan didesa jabung

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil dari penelitian hipotesis ini mengemukakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Lokasi dapat mempengaruhi Keputusan Berkunjung wisatawan Pada Taman Wisata Desa Jabung. Responden mengemukakan bahwa akses yang mudah, lalu lintas yang lancar, tempat yang mudah dilihat atau ditemukan, tempat parkir yang luas dan kondisi lingkungan wisata sangat mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung .

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Berkunjung

Pada hasil uji hipotesis variabel harga, variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Jadi, dapat disimpulkan berubah atau tidaknya harga tidak dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung. Berdasarkan pernyataan responden penelitian, penetapan harga yang murah, cara pembayaran yang mudah, discount yang di sediakan oleh Taman Wisata Desa Jabung tidak mempengaruhi responden dalam mengambil Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Desa Jabung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Keseluruhan penelitian memiliki kesimpulan Daya tarik wisata, Electronic Word Of Mouth, Lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada Taman Wisata Desa Jabung dan Harga Tiket tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Taman Wisata Desa Jabung. Saran bagi penelitian selanjutnya terdapat 4,3% nilai dari variabel yang tidak berkontribusi pada penelitian ini disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung sehingga data yang akan diolah akan semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsani, M. (2023, January 21). *Sejumlah Desa Wisata di Magetan Layu sebelum Berkembang | Radar Madiun*. <https://radarmadiun.jawapos.com/berita-daerah/magetan/21/01/2023/sejumlah-desa-wisata-di-magetan-layu-sebelum-berkembang/>

Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas,

Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, 1, 987–999.

Beslar, V. R., Lopian, S. L. H. V. J., Samadi, R. L., Harga, P., Promosi, D. A. N., Keputusan, P., Wisatawan, B., Lopian, J. S. L. H. V, Manajemen, J., Ekonomi, F., Beslar, V. R., Lopian, S. L. H. V. J., & Samadi, R. L. (2022). *Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken*. 10(4), 628–638.

Damanik, J., Weber, H. F., & Sigit Suyantoro, F. (2006). *Perencanaan ekowisata : dari teori ke aplikasi* (Andi Offset (ed.)). Yogyakarta.

Diyanto, & Wibawanto, D. S. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Studi Pada Geopark Karangsembung Kabupaten Kebumen). *STIE Putra Bangsa*, 1–13.

E, M. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata*. IKIP Bandung.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* ("Edisi Dip). Semarang:Badan Penerbit Universitas.

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.

Herman. (2007). *The social influence of brand community*. evidence from Erupean car clabs.

Jalilvand, & Samiei, N. (2012). *The Effect of E-WOM on Brand Image and Purchase Intention*. *Journal of Marketing Intelligence and Planning*.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1. E). Erlangga.

Kotler, Philip dan Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 J). Jakarta: Erlangga.

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.

Listianingrum, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. *Skripsi*. <http://repository.upstegal.ac.id/id/eprint/1025>

Tjiptono, F. (2001). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjolomadoe, D. I. D. E., & Aryati, I. (2019). *Historis, Daya Tarik Wisata Dan*

Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

September 2023

E-ISSN: 2686 - 1771

Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 59–63.

Walda Okvi Juliana Ningsih. (2023, January 2). *2023: Menilik Kebangkitan Pariwisata Indonesia melalui Pengembangan Desa Wisata* | *kumparan.com*. <https://kumparan.com/waldaokvi/2023-menilik-kebangkitan-pariwisata-indonesia-melalui-pengembangan-desa-wisata-1zYJMTTzSTj/4>

Widayati, E., & Widiastuti, Y. P. (2023). Pengaruh atraksi, lokasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Hutan Pinus Pengger Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(2), 199