

DAFTAR PUSTAKA

- (Aceh & Daya, 2017; Bisnis et al., 2019; Budi & Jakarta, 2016; Fitria et al., 2020; Gaol & Ericson, 2018; Hamid, n.d.; Harga et al., 2017; Kasus et al., n.d.; Lokasi et al., 2019; Moha et al., n.d.; *No Title*, n.d.; *No Title*, 2017; *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, n.d.; Octaviona, 2016; Priyanto & Listyorini, n.d.; Produk et al., 2016; Rinaldi, 2020; Rivai & Wahyudi, n.d.; Rizki et al., 2018; Sari, 2016; Soedharto et al., n.d., n.d.; Terhadap et al., 2017; Wisata & Kota, 2016; Wisatawan et al., 2011)
- Aceh, K., & Daya, B. (2017). *Balance Vol. XIV No. 1 | Januari 2017 PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT UMUM KABUPATEN ACEH BARAT DAYA*. XIV(1).
- Bisnis, E. D. A. N., Keputusan, T., Di, B., Ngebel, W. T., & Ekonomi, F. (2019). *Pengaruh fasilitas, harga tiket dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung di obyek wisata telaga ngebel. 1*.
- Budi, U., & Jakarta, L. (2016). *ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE Yugi Setyarko*. 5(2), 128–147.
- Fitria, V., Sari, S., Tata, P., Fakultas, N., Universitas, E., & Surabaya, N. (2020). *KE OBYEK WISATA UBALAN WATERPARK PACET MOJOKERTO*. 08(01), 723–729.
- Gaol, L., & Ericson, B. (2018). *Pengaruh City Brand dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kabupaten Samosir*.
- Hamid, D. (n.d.). *KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)*. 42(2), 18–25.
- Harga, P., Produk, K., Fasilitas, D. A. N., Taufik, M., & Ali, R. (2017). *Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah*. 6(September), 1–20.
- Kasus, S., Kedai, P., & Zuhroh, S. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Lokasi, P., Harga, P., Daya, D. A. N., Wisata, T., & Mandey, S. L. (2019). *KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA DANAU LINOW EFFECT OF LOCATION , PERCEPTION OF PRICES AND TOURISM ATTRACTION ON THE DECISION TO VISIT TRAVELERS AT LAKE LINOW*. 7(4), 5505–5513.
- Moha, S., Loindong, S., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (n.d.). *THE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND FACILITIES*. 4(1), 575–584.
- No Title*. (n.d.). 7(2).
- No Title*. (2017).
- Octaviona, N. (2016). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET DI*. 4, 397–407.
- PENGARUH WORD OF MOUTH DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH*. (n.d.).

- Priyanto, R., & Listyorini, S. (n.d.). *Email : administrasi.bisnis@undip.ac.id*
PENGARUH PRODUK WISATA , DESTINATION IMAGE , DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). 024.
- Produk, P. K., Pelayanan, K., Dan, M., Harga, P., Keputusan, T., Adiputra, Y. R., & Khasanah, I. (2016). *PEMBELIAN JASA ASURANSI JIWA (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong).* 5, 1–10.
- Rinaldi, M. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA , DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER Mahasiswa STIE Eka Prasetya , Medan , Indonesia.* 6(1), 41–51.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.* 29–37.
- Rizki, D., Muksin, M., & Administrasi, F. I. (2018). *WISATAWAN DI EKOWISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA.* 55(1), 196–203.
- Sari, F. P. (2016). *PENGARUH HARGA CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.* 5.
- Soedharto, J. P. H., Tembalang, S. H., & Kotak, S. (n.d.). *Jurnal Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*
PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA DAN WORD OF MOUTH
Pendahuluan Setiap manusia memiliki berbagai macam kebutuhan , salah satunya adalah rekreasi atau kunjungan di Taman Margasatwa Semarang , terlihat bahwa sebagian besar pengunjung Taman terjangkau , menarik , edukatif , dan atraktif cocok untuk wisata keluarga , terutama keluarga yang. 024.
- Terhadap, R., Pembelian, M., & Melalui, U. (2017). *No Title.*
- Wisata, T., & Kota, D. I. (2016). *THE INFLUENCE OF e-WOM ON THE DECISION COMES TO THE.* 95–103.
- Wisatawan, B., Objek, D. I., Dampo, W., & Beach, A. (2011). *No Title.*

1. Kuesioner Penelitian