

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, W., Pizam, A., & Medeiros, M. (2022). The impact of attitudes, motivational factors, and emotions on the image of a dark tourism site and the desire of the victims' descendants to visit it. *Journal of Heritage Tourism*, 17(3), 264–282. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1955892>
- Ahmad Rifai Nurman, Nurhayati Azis, & Muhammad Arif. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Keputusan PPembelian Konsumen Kendaraan Motor Merek Honda di Makassar. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 197–204. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i2.408>
- Anwani, A. (2021). Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 57–64. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10182>
- Arifin, S. E. N., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh e-wom, food quality dan servicescape terhadap niat berkunjung di pondok hijau restaurant manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 1272–1281. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37337%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/37337/34473>
- Asmawati, A., Ridho, M. Z., & Amrullah, A. (2024). The Influence of The Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dimension in Instagram on Purchasing Decisions At Kedai Ice Kepal in Mataram. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism*, 2(1), 77–93. <https://doi.org/10.61277/jmet.v2i1.67>
- Ath'af, S., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh destination image, electronic word of mouth, dan accessibility terhadap decision to visit wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(2), 211–222. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i2.1233>
- bantulkab. (2024). *Fasilitas Umum*. <https://makamimogiri.bantulkab.go.id/page/detail/2022000023/fasilitas-umum.html#>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Cahyanti, H. R., & Walyoto, S. (2024). Pengaruh Fasilitas, Aksesibilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Telaga Ngebel

- Ponorogo. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 3(1), 112–124. <https://doi.org/10.22515/juebir.v3i1.8905>
- Center of Excellence. (2024). *Upacara Nguras Enceh*. Bpad Jogjaprov. <http://bpad.jogjaprov.go.id/coe/article/upacara-nguras-enceh-405>
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173(August), 121092. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Statistik Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2021-2023. *Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*, 1–83. https://drive.google.com/file/d/1BcsdeWJwK_sDSKmrCl91RlAD0yAOIV3g/view
- DIY, D. K. (2023). *Makam Raja di Imogiri*. Jogjacagar. <https://jogjacagar.jogjaprov.go.id/detail/628/makam-raja-di-imogiri>
- DIY, D. K. (2024). *Upacara Nyadran*. <https://kebudayaan.jogjakota.go.id/page/index/tradisi-nyadran#:~:text=Tradisi Nyadran merupakan suatu budaya,karena dilakukan pada bulan Ruwah.>
- Elesa, Rotua, S., Chodidjah, & Suryani. (2023). *Pengaruh Destination Image , Persepsi Harga , Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Mini Indonesia Indah (Tmii)*. 10(1), 1–16.
- Entas, D., Ambarwati, E., & Augus, N. (2019). Manifestation of Dark Tourism In Makam Raja-Raja Mataram At Imogiri, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Proceedings the 5th International Conferences on Cultural Studies, Towards the Development of Trans-Disciplinary Research Collaboration in the Era of Global Disruption, Thursday August 29th, 2019*, 130–139.
- Fauziah, Si. A., Suhud, U., & Febrilia, I. (2022). Faktor-Faktor Ketertarikan Berkunjung ke Daerah Wisata di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(8.5.2017), 2003–2005. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Gumay, Putri Eka Maulinda, S. (2022). PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE FLOATING MARKET LEMBANG Putri Eka Maulinda Gumay (1) , Sinthon L. Siahaan (2) (1). *Panorama Nusantara*, 17(2), 1–13. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/article/view/2196%0Ahttps://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/article/download/2196/1481>
- Gustia, A. E., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah

- Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.24872>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (Eighth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Hanifah, *, Putri, A., Putri, H. A., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2024). *Pemodelan Hubungan Antara Accessibility, Perceived Price, Facilities, Visitor Satisfaction, Dan Revisit Intention: Studi Kasus Taman Safari Cisarua Bogor*. 2(3), 80–97.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hasanah, N. (2022). *Pengaruh Harga, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Mangrove Pantai Kertomulyo Kabupaten Pati*. 1–159.
- Hendry, K., & Widagdo, H. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kosnumen*. 8, 1–14.
- Indana, A. T. P., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2024). Studi Komprehensif Destination Image, Service Quality, Dan Visitor Experience Di Jakarta Aquarium Safari: Pengaruhnya Terhadap Visitor Satisfaction Dan Revisit Intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(3). <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i3.2158>
- Karsana, R. M. H. (2023). Pengaruh Islamic Attributes, Aksesibilitas, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Bandung Barat. *Islam, Ekonomi Padjadjaran, Universitas Artikel, Riwayat Attributes, Islamic*, 2(2), 27–33.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1679–1688. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n2.p1679-1688>
- Kompas.com. (2022). 5 Destinasi Dark Tourism di Indonesia, dari Museum Tsunami Aceh sampai Makam Juang Mandor. <https://regional.kompas.com/read/2022/02/17/210237378/5-destinasi-dark-tourism-di-indonesia-dari-museum-tsunami-aceh-sampai-makam?page=all>
- Kurious. (2022). *Survey Preferensi Wisata Akhir Tahun*. https://cdn1.katadata.co.id/media/files/2022/12/26/2022_12_26-18_04_34_57791d1955ef6e004a17002fa0f18253.pdf

- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). Penggunaan Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis*, 142–152.
- Lewis, H., Schrier, T., & Xu, S. (2022). Dark tourism: motivations and visit intentions of tourists. *International Hospitality Review*, 36(1), 107–123. <https://doi.org/10.1108/ihr-01-2021-0004>
- Millán, M. G. D., Naranjo, L. M. P., Rojas, R. D. H., & De La Torre, M. G. M. V. (2019). Cemetery tourism in southern Spain: An analysis of demand. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 37–52. <https://doi.org/10.20867/thm.25.1.1>
- Mionel, V. (2020). (Not so) Dark tourism: The Merry Cemetery in Săpânța (Romania) – An expression of folk culture. *Tourism Management Perspectives*, 34(March 2019). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100656>
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 152–164. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164>
- Nufus, M. I. (2019). *Niat mengunjungi ulang ke pemakaman Imogiri : mengukur pengaruh citra destinasi, kepuasan wisatawan, pengalaman konsumen dan kepercayaan*. Universitas Negeri Jakarta.
- Pasaribu, A. P., & Ismayuni, T. U. (2023). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 510. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1806>
- Pohan, M. Y. A. (2023). *Wisata Petualangan: Menguji Faktor Pendorong Niat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata*. 3(4), 1974–1981. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Prameswari, i gusti ayu diah meylanna, & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh E-WOM terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Objek Wisata Bali Zoo Park). *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3202–3209.
- Purnama, L. D., Khourouh, U., & Natsir, M. (2023). The Influence of Content Marketing and E-WOM on Customer Satisfaction through Brand Image in Content Creation Companies (Content Booster) in Malang City. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(10), 4843–4860. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-18>
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*

Manajemen Indonesia, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>

Quoquab, F., & Mohammad, J. (2020). Cognitive, affective and conative domains of sustainable consumption: Scale development and validation using confirmatory composite analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18). <https://doi.org/10.3390/SU12187784>

Rahmawati, D. (2018). Potensi Dark Tourism Di Bandung. *Jurnal Media Wisata*, 16(1), 674–683. <https://doi.org/10.36276/mws.v16i1.247>

Rasya, N. A., Usman, O., & Fawaiq, M. (2024). *The Influence of Brand Image , Brand Awareness , and Promotional Strategies on Purchase Intention Decisions and Its Impact on Purchasing Decisions Among Gen Z (Study on Digital Out of Home Advertising : Videotron)*. 1–20.

Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

Schneider, A., Anghel-Vlad, S., Negruț, L., Goje, G., & Para, I. (2021). Tourists' Motivations for Visiting Dark Tourism Sites. Case of Romania. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 30(30 (1)), 140–150. [https://doi.org/10.47535/1991auoes30\(1\)014](https://doi.org/10.47535/1991auoes30(1)014)

Setyawan, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung (Studi pada Objek Wisata Dusun Semilir Bawen). *Jurnal Ekobistek*, 40–48.

Sideridis, G. D., & Jaffari, F. (2022). An R Function to Correct Fit Indices and Omnibus Tests in Confirmatory Factor Analysis. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 55(1), 48–70. <https://doi.org/10.1080/07481756.2021.1906159>

Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.

Suhud, U., Allan, M., Hoo, W. C., Azinuddin, M., & Wolor, C. W. (2024). Tourists' Intention to Visit Royal Cemetery as a Dark Tourism Destination: The Role of Destination Image, Self-Congruence, and Destination Personality. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 2562–2577. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4401>

Sunaryo, S. A., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Promosi dan Daya

Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Seluruh Pujasera di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(1), 1–20.

Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.

Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972>

Ulya, B. N., Minanda, H., Hulfa, I., Kurniansah, R., Budiatiningsih, M., & Rojabi, S. H. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Pada Pantai Selong Belanak. *Business Management*, 2(1), 83–87. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5482>

Umi Nurchomariyah, & Aditya Liliyan. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Pongok. *JURNAL PIJAR Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.

Wailmi, K., Mahmudin, T., Novedliani, R., Randi, & Samaduri, L. (2024). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 6, 2266–2282. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.1486>

Yosandri, B. J., Eviana, N., Usaha, P., Wisata, P., Pariwsata, A., & Jakarta, I. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *Eduturisma*, 7(1), 1–23.

Intelligentia - Dignitas