

DAFTAR PUSTAKA

- (Bps), B. P. S. K. T. (2024). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Asal Di Eks Karesidenan Pekalongan*. <https://Tegalkab.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/2/Otulinizi=/Jumlah-Perjalanan-Wisatawan-Nusantara-Menurut-Kabupaten-Kota-Asal-Di-Eks-Karesidenan-Pekalongan.Html>
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor*. 3, 373–381.
- Antika, M. T., Susyanti, J., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(02), 2571–2581.
- Antika, N. M., Ernawati, S., & Purnama, I. (2024). *Pengaruh Aksesibilitas Dan Destination Image Pada Minat Berkunjung Di Taman Wisata Panda Nurul*. 7, 261–270.
- Anwani. (2021). Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Analysis Of The Objects Of Tourist Attractions And Accessibility Towards Tourist Visiting Interest On Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i1.10182>
- Apay, S., Emron Edison, & Gita, V. (2025). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Kampung Cakrawala Kab . Sukabumi (The Effect Of Tourist Attractions And Accessibility On Visiting Interest In Cakrawala Village , Sukabumi Regency)*. 4(April), 135–156.
- Aso, M. T., Roedjinandari, N., Rachmadian, A., Setioko, D., & Sutanto, D. H. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo*. January 2020.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). (2024). *Apjii Jumlah Pengguna Internet Indonesia*. <https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>
- Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). *Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pengguna Gopay Di Kota Bekasi)*. 2, 1323–1337.
- Budi, A. S., & Sukmalengkawati, A. (2023). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Twa Gunung Papandayan*. 21(1), 48–58.
- Budisetyorini, B. (2022). *The Influence Of Social Media Marketing On Tourist Visit*

- Intention To Pari Island , Thousand Island. 01(01), 32–41. <https://doi.org/10.34013/Ijscot.V1i01.768>*
- Cahya, B. T., Waluyo, Andriasari, W. S., & Rubiana, P. (2020). *Urgensi Halal Tourism Makam Sunan Kudus Untuk Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. 8, 19–36.*
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing , Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. 9(2), 40–48.*
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). *Reconceptualizing Barriers To Family Leisure. January 1987. <https://doi.org/10.1080/01490408709512151>*
- Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A Hierarchical Model Of Leisure Constraints. *Leisure Sciences, 13(4), 309–320.*
- Daulay, S. H. P. P. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. 12(2), 1–19.*
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan, 6(2), 4801–4810.*
- Febriany, K., & Soeprapto, V. S. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kampung Ekowisata. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (Kaganga), 7, 1065–1074.*
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen.*
- Firmansyah, M. F., Yustini, R. S., & Manajemen, P. S. (2025). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Kota Lama Surabaya. *Neraca Manajemen, Ekonomi, 15(4), 1–13.*
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *American Marketing Association Is Collaborating With Jstor To Digitize, Preserve And Extend Access To Journal Of Marketing Research This, 18(1), 39–50.*
- Garson, G. D., & Associates, S. P. (2016). *Partial Least Squares.*
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Multivariate Data Analysis.*
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem).*
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R.*

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-Sem) Using R* (Issue July). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). *Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung : Citra Destinasi Dan Aksesibilitas*. 11(01), 64–76.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling*. 115–135. <https://doi.org/10.1007/S11747-014-0403-8>
- Hermastuti, A., & Rahmawati, D. E. (2024). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Promosi Wisata*. 13(1), 113–125.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umaha*, 4(2).
- 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.
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. *Inspire: Journal Of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts And Event*, 1(2), 78–88.
- Kerap, V. T., & Lintong, D. C. A. (2022). *Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa*. 10(3), 317–326.
- Kirom, N. R., Sudarmiati, & Putra, I. W. J. A. (2016). *Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan*. 536–546.
- Laing, H., & Kuntariati, U. (2022). *Pengaruh Atraksi Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Tane ' Olen Setulang Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*. 2(2), 1–6.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2014). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques And Applications Using Smartpls 3*.
- Latifa, U., Aziza, N., & Purwanto, S. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar*. 6(1), 2077–2084.
- Lestari, H. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Becici Yogyakarta*. 21(2021).
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Di Yogyakarta*. 1, 37–43.
- Miarsih, G. S., & Anwani. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

- Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. 1(2), 117–123.*
- Nugraha, A. S., & Adialita, T. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kota Bandung Melalui Nilai Yang Dipersepsikan (The Effect Of Social Media Marketing On The Visit Intention In Bandung Mediated By Perceived Value). 2(3), 195–212.*
- Nugraha, G., & Rochim, M. (2024). *Hubungan Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial Dengan Minat Berkunjung Ke The Park Jabar. 254–262.*
- Patalo, I. R. G., & Pratama, D. E. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing , Ekuitas Merek , Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. 7(1).*
- Pradana, R. R., & Hellyani, C. A. (2023). *Implemntasi Pemasaran Media Sosial Terhadap. 2(3).*
- Prihatnawan, A. B. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Desa Wisata Di Kawasan Balkondes Borobudur). 1(1), 81–93.*
- Pundissing, R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra ' Toraja Utara. 2(1), 71–84.*
- Saepullah, A., & Himawan, A. (2024). *Pengaruh Atraksi , Aksesibilitas Dan Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Pariwisata Tanjung Lesung Banten. 1(1), 20–31.*
- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 2(4), 113–126.*
- Saputra, R., Adiprasetya, F., & Pulungan, P. (2024). *Proyek Pemasaran Digital Di Sosial Media Dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing Dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. 2(5).*
- Sarstedt, M., Nitzl, C., & Howard, M. C. (2020). *Beyond A Tandem Analysis Of Sem And Process : Use Of Pls-Sem For Mediation Analyses ! <https://doi.org/10.1177/1470785320915686>*
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Issue July). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>*
- Saununu, S. J., Reken, F., Tubalawony, J., & Tabelessy, W. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Provinsi Maluku. 4, 5846–5856.*
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). *Evaluating The Fit Of Structural Equation Models : Tests Of Significance And Descriptive Goodness-Of-Fit Measures. 8(2), 23–74.*

- Silaban, P. H., Silalahi, A. D. K., Octoyuda, E., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 20(September), 241–246.
- Siswanto, H. E., Alvianna, S., Roedjinandari, N., & Hidayatullah, S. (2022). Dampak Sosial Media Marketing Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Museum 10 November Kota Surabaya. *Seminar Nasional Kepariwisata (Senorita)# 3 2022*.
- Sofia, H., Basalamah, M. R., & Dianawati, E. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kota Batu. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 707–714.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta Jl.Gegerkalong Hilir. No 84 Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Edisi Kedu). Alfabeta, Cv | Hotline: 081.1213.9484 Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung.
- Suhartapa, & Rafida, N. (2024). *Of Tourism Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Di Simpang Lima Gumul Kediri*. 7(1), 51–64.
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). *Pengaruh Citra Destinasi , Fasilitas , Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara*. 4(1), 15–29.
- Susianto, B., Johannes, J., Yacob, S., Manajemen, D. P., Manajemen, D. P., & Kerinci, K. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci*. 3(6), 592–605.
- Timotius, H., & Nainggolan, B. M. H. (2023b). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol. *Human Capital Development*, 10(3).
- Tumanggor, E. C., Siagian, N., & Sinaga, K. (2025). *Pengaruh Harga Tiket Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Indah Sibintang Sosorgadong Kabupaten Tapanuli Tengah*. 5(1), 574–585.
- Udiani, N. L. P. S., Murianto, & Wahyuningsih, S. (2025). *Strategi Pengembangan Destinasi Taman Wisata Alam Suranadi Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. 4(3), 763–772.
- Wahono, & Prasetyo, H. (2024). *Pengaruh Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ke Obyek Wisata Puncak Pinus Becici Bantul Yogyakarta*. 8(1), 155–169.
- Wahyudianto, E. A., Sarjono, H. S., & Itasari, A. A. (2024). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok @ Ginastel _ Official Sebagai Media Promosi Penjualan Utilization*

Of The @ Ginastel _ Official Tiktok Application As A Media For Sales Promotion. *Jasima: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media* Vol. V, No. 2, Desember 2024 | E-Issn: 2723-0562, V(2), 206–217.

Wijaya, S., & Ardiansyah, I. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Museum Galeri Nasional Indonesia The Effect Of Tourism Attraction On Tourist Interest In The National Gallery Of Indonesia Museum*. 20(1), 77–89.