

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, B. D., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Desa Wisata Sepakung, Banyubiru, Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 829-836.
- Andini, R. D., Nurfarida, I. N., & Rusno, R. (2024). Efek digital marketing terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata dimediasi oleh minat berkunjung. *MBR (Management and Business Review)*, 8(1), 62-73.
- Anggraini, D., Rahayu, S., & Supraptini, N. (2025). Pengaruh Citra Destinasi, Digital Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kecamatan Bandungan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 8(1), 15–25.
- Astuti, A. W., Sayudin, S., & Muharam, A. (2023). Perkembangan bisnis di era digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787-2792.
- Awaluddin, A., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(2), 93-105.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh pemasaran digital dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223-232.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1-19.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., ... & Ray, S. (2021). *An Introduction To Structural Equation Modeling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*, 1-29.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *Pengantar Tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020) Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (partial least square).”*Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1(1), 1-11.

- Hardani, dkk (2020) Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif .Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Huda, N., & Munandar, A. (2021). Pengaruh digital marketing dan network dalam meningkatkan kinerja umkm di masa pandemi covid-19. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955| p-ISSN 2809-0543, 2(9), 470-480.
- Karini, R. S. R. A., Isnaeni, M. N. M., & Sukriadi, E. H. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Lamajang Kabupaten Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 4(1), 1-23.
- Kerap, V. T., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 317-326.
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, A. R. (2020). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pangalengan). *Tornare - Journal of Sustainable Tourisme Research*, 3(1), 1–10.
- Manurung, R. S., Lubis, N. W., & Hasyim, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Pasir Putih Parparean Kabupaten Toba. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 43-57.
- Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 13-24.
- Mulyantari, E. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1), 81-89.
- Ningrum, S., Monoarfa, M. A. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 225-241.
- Nugraha, E. F., & Soleha, L. K. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Pada Trans Studio Bandung. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(4), 330–336. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.387>
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat

berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269-278.

- Pangesty, A. K., Purwanto, H., & Setiawan, H. (2024, October). PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TEMPAT WISATA THE LAWU PARK. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Pumbu, F. (2021). Pengaruh Media Sosial (Instagram) @Exlore_Gorontalo Terhadap Minat Berkunjung Wisata di Gorontalo.
- Putri, F. Y. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 83-93.
- Sanusi, R. F., & Kusmayadi, O. (2022). The Effect of Facilities and Locations on the Decision to Visit Resinda Sport Club Karawang: marketing Management. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(3), 169-183.
- Saputra, R. H., & Suryoko, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung Di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 9-15.
- Simamora, V., Albab, M. U., Putra, R. J., & Diansyah. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Daya Saing Pelaku Umkm. *Journal For Business And Entrepreneurship* ISSN, 4(2), 1–14.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALVABETA.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suratman, J. P. M., Wilopo, & Sunarti. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(2), 12-20.
- Widyanto, A., Sunarti, & Pengestuti, E. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 45(1), 94–101.