

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. S., Ratna, A. P., Sugiarto, D., Evi, N., & Yanuar, E. (2023). Pendampingan Kesehatan (Tim Medis) Kegiatan Wisata di Gunung Bromo (Health Assistance (Medical Team) Tourism Activities on Mount Bromo). *Jurnal Nusantara Mengabdi (JNM)*, 2(2), 175–181.
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor*. 3, 373–381.
- Anggarini, L., Lestari, S. R., & Handayani, N. (2020). Pengembangan Multimedia Interaktif Biologi Berbasis Adobe Flash CS6 pada Materi Sistem Sirkulasi Manusia Kelas XI MIPA SMA Nasional Malang. *Jurnal Pendidikan Biologi*, 10(2), 85–91. <https://doi.org/10.17977/jpb.v10i1.9095>
- Anggiani, S., Lubis, A., & Siregar, M. A. (2024). Studi empiris: Dampak Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali ke Pemandian Alam Sembauhe. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 2307–2314.
- Asyidiq, M. M., Martini, N. N. P., & Thamrin, M. (2023). Pengaruh Kinerja Pegawai dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat (Study pada UPTD Pengujian Kendaraan Bermotor Dishub Kabupaten Jember). *Journal Missy (Management and Business Strategy)*, 4(2), 1–7.
- 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>
- Cahyani, N., Safitri, M., & Nuswantoro, U. D. (2024). *Jurnal Bisnis Net Volume : 7 No . 1 Juni 2024 | ISSN : 2621 -3982 EISSN : 2722- 3574 PENGARUH MEDIA SOSIAL , CITRA DESTINASI , DAN FASILITAS Jurnal Bisnis Net Volume : 7 No . 1 Juni 2024 | ISSN : 2621 -3982 EISSN : 2722- 3574*. 1, 132–141.
- Dan, H., Terhadap, F., Cipondoh, D., & Tangerang, K. (2021). *BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA*. 10(2), 269–278.
- Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature Review : Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 700–703.
- Dinata, B. A. M., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2024). Peran Minat Berkunjung Sebagai Pemeditasi Terhadap Pengaruh Media Social Instagram dan Daya Tarik pada Keputusan Berkunjung. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 6, 6(September).
- 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.
- Fitriana, R., & Suheryadi, H. (2023). *THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA PROMOTION AND TOURIST ATTRACTION ON DECISION TO VISIT PANTJORAN PIK , NORTH JAKARTA*. *Jurnal Scientia*, 12(4), 124–136.
- Fitriyah, S. N. L., Sari, D. K., & Hariasih, M. (2025). Peran Digital Marketing ,

- Daya Tarik , dan EWOM Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung ke Taman Ghanjaran Desa Wisata Ketapanrame Trawas. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 8(1), 169–186.
- Hafizhah, M. A., Fauziah, N. N., & Khairunnisa, S. A. (2025). Strategi Branding Pujasera pada Destinasi Pariwisata Waduk Cengklik dari Perspektif Stakeholder. *Jurnal Industri Pariwisata*, 7(2), 156–166.
- 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>
- Hardana, A., Zein, A. S., Johanna, A., & Avinash, B. (2023). Factors Influencing Non-Performing Financing (NPF) In Sharia Banking. *Journal Markcount Finance*, 1(10), 87–97.
- Hukama, Y., Rifaldi, R., & Giri, W. (2023). YUME : Journal of Management Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Digital Skill Pada Penggunaan Mobile Banking Di Kota Medan. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 39–63.
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 83–102.
- 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>
- Kotler, P., & Bowen, J. T. (2019). *Marketing turístico* (5th ed.). Derechos Reservados.
- Krisnayani, N. K., Liestiadre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2), 134–143. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>
- Kusumawardhani, R. A., & Hidayat, R. (2020). Perancangan Pondok Pesantren Moders Ummul Quro di Kabupaten Bogor. *LAKAR: Jurnal Arsitektur*, 03(02), 105–111.
- Maulidina, S. H., Harri, M., & Utomo, F. C. (2023). The Role of dynamic Capabilities and Entrepreneurial Orientation Towards Innovation and its Implication for Creative Economy Performance in Indonesia. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 9(3), 51–61.
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., Djemly, W., Sebagai, C., & Moderator, V. (2021). BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT KASIH KANONANG , DENGAN PANDEMI THE EFFECT OF TOURISM AND IMAGE OF TOURISM OBJECT ON VISITING INTEREST IN KANONANG HILLS OF LOVE TOUR , WITH PANDEMI COVID 19 AS VARIABLES MODERATOR *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 2021 .*, 9(2), 101–109.
- Nur, M., & Salim, M. (2022). BERKUNJUNG PADA WISATA HUTAN MANGROVE KALIWLINGI BREBES.
- Nurbaiti, Hidayah, N., & Aslami, N. (2023). Inovasi Digitalisasi Promosi Produk Usaha Masyarakat Berbasis Website di Medan Denai (PT. Medania Raya

- Sejahtera). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 3(1), 74–83.
- Prawira, A. F., Putra, W. H. N., & Purnomo, W. (2022). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Anggrek berbasis Android menggunakan Clean Architecture (Studi Kasus : PT . Java Indo Arjuna). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(8), 3606–3612.
- Purwanto, H., Citaningtyas, D., Kadi, A., & Rismawati, G. (2021). *Pengaruh daya tarik dan E - WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening Pendahuluan*. 5(2), 251–264.
- Putranti, A. L. C., & Rokhman, N. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata , Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Heha Sky View Kabupaten Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1), 55–68.
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial , Daya Tarik , Harga Tiket , dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Rian, A., Fatah, Z., & Haryati, E. (2023). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Wisata Bahari Tlocor Desa Kedungpandan Adrianus Rian, Zainal Fatah, Eny Haryati SAP – Edisi Khusus Oktober Tahun 2023. *Soetomo Administrasi Publik*.
- Riyanti, A., & Lesmana, A. C. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kaliurang Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 115–126.
- Safirah, A., Gea, S. A., Banjarnahor, H., Panjaitan, Y. M., Sinaga, Y., Siregar, O. M., & Siregar, A. M. (2024). Analisis Dampak Co-creation Experience Dalam Perkembangan Bisnis Pariwisata Kota Medan di Era Digital Saat Ini. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(04), 919–929.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT . FURNILUX INDONESIA. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1), 9–21.
- Saputra, I. P. D. A. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *Al Mikraj Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 345–353.
- Sari, L. P., & Purwanto, H. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas dan Promotion Terhadap Keputusan Berkunjung. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 6, 6(September 2024).
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). *Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat*. 12(2), 582–601.
- Siregar, T. R., & Pasaribu, I. M. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Rahmat International Wildlife Museum And Gallery 2023. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 1584–1594.
- Sulistio, L., & Talumantak, R. (2024). Pengaruh Media Sosial , Citra Destinasi

- Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Dunia Fantasi (DUFAN). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(2), 298–309.
- Sulistio, L., Talumantak, R., Manajemen, P. S., & Indonesia, U. A. S. A. (2024). *Pengaruh Media Sosial , Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Dunia Fantasi (DUFAN)*. 7.
- Sulistyo, A., Danella, D., & Susiyanto, S. (2023). Application of the Concept of Diffusion of Innovations in Tourism Support Business Sustainability. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 82–96. <https://doi.org/10.55208/bistek.v16i1.364>
- Susianto, T. N., & Wirakusuma, M. G. (2024). PENGARUH PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS IMPLEMENTASI GRI 2021 DI BEI. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 12370–12380.
- Taryadi, A. R., & Miftahuddin, M. A. (2021). The Role of Mediation Electronic Word of Mouth (E-WOM) in Relationship Quality of Services and Tourism Products Against Visiting Decisions. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 5(1), 64–76. <https://doi.org/10.18196/jers>
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2019). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan (Pertama)*. Penerbit Deepublish.
- Vongurai, R., Elango, D., Phothikitti, K., & Dhanasomboon, U. (2018). Social Media Usage , Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Services. *Asia Pasific Journal of Multidisiplinary Research*, 6(4), 32–37.