

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (partial least square)*. BPFE.
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 373–381. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- Anggraeni, N. L. P. P., Jayendra, P. S., & Kuntariati, U. (2023). Pengaruh social media marketing instagram dan word of mouth terhadap minat berkunjung di savaya day club bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 283–295. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.301>
- 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). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2571–2581.
- Baturiti, K., Tabanan, K., Lim, B., Ying, H., Ayu, G., & Suwintari, E. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Secret Garden Village. *Journal of Entrepreneur, Tourism and Business*, 1(1), 1–11.
- Boston : Pearson Education. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* (15th ed.).
- Danang Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Refika Aditama.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M. Ali Sodik, M. A. (2015). *dasar metodologi penelitian* (Ayup (ed.)). literasi media publishing.
- Effendy, V., & Sarudin, R. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung ke Gedung Joang 45 Jakarta Pusat. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 1463. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i4.721>
- Fahimah, M., & Fitri Yuliani, S. (2023). Membangun Identitas Desa Wisata Melalui Content Marketing: Strategi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 99–109. <https://doi.org/10.38043/jimb.v8i1.4429>
- Fitriani, A., Anissa, R. N., Ghani, Y. A., Dedy, A., Adhirajasa, U., Sanjaya, R., Adhirajasa, U., Sanjaya, R., Wisata, F., & Berkunjung, K. (2022). Pengaruh Promosi Digital Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Bunihayu Kabupaten Subang. *Manajemen Jasa*, 2(2), 77–87.
- Gamal Suwantoro. (2004). *Dasar - Dasar Pariwisata* (2nd ed.). Andi.
- Ghozali dan Latan. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris Edisi 2*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- 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>
- Harahap, L. K. (2019). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Penerbit ANDI.
- Imam Ghozali. (2006). *Analisis multivariate lanjutan dengan program spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islami, K. M., Anggriani, R., & Faerrosa, Lady. (2023). the Influence of Social Media Marketing, Destination Image on Visiting Decisions With Visiting Interest As an Intervening Variable. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 11(2), 147–164. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.403>
- Jogiyanto, H. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE.
- Keelson, S. A., Bruce, E., Egala, S. B., Amoah, J., & Bashiru Jibril, A. (2024). Driving forces of social media and its impact on tourists' destination decisions: a uses and gratification theory. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318878>
- Kinncar dan Taylor. (2018). *Marketing Research: An Applied Approach*. subsequent.
- Kotler. (2019). *Marketing Management, 16th edition (EBOOK)* (16th ed.). Harlow : Pearson Education.
- kotler dan keller. (2012). *Marketing Management 14th Ed.* (14th ed.). Boston : Prentice Hall.
- Krisnayani, N. K., Liestiandre, 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>
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Muhammad Azam Abdullah. (2019). *Muhammad Azam Abdulloh_Bab 2. 2008*, 10–38.
- Narimawati. (2020). *Structural Equation Modeling (SEM)*. Salemba Empat.

- Ningrum, S., Monoarfa, M. A. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia dan Wisatawan Nusantara di Provinsi Gorontalo Tahun 2018 - 2021. *JAMBURA Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 225–241.
- Nurdin Hidayah. (2019). *Pemasaran Destinasi Wisata*. Alfabeta.
- Oktavianus, R., & Sofiani, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Danau Situ Cipondoh. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2050–2060. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1294>
- Philip Kotler. (2006). *Manajemen pemasaran*. Indeks.
- Prof. Dr. H. Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bunga Sari Fatmawati (ed.)). Bumi Aksara.
- Prof. H. Imam Ghozali, M. Com., Ph. D., C. (2021). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pundissing, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra' Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 2(1), 71–84. <https://doi.org/10.47178/jesit.v2i1.1239>
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 251–264. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>
- Rahman, T. (2019). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Caffe Go-Kopi Di Kota Malang). *Skripsi Respositari UIN MMI Malang*, 1–147.
- Riani, N. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inobasi Penelitian*, 2(5), 1469–1474.
- 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>
- Romantika, M. A., Fadhli, K., & Maksun, M. J. S. (2024). Pengaruh Pelayanan Dan Daya Tarik Terhadap dMinat Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 325–336.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- 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. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 582. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1193>

- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Pearson prentice hall.
- Sekaran. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis buku 1 : Research methods for business*. Salemba Empat.
- Setianingsih, P. W., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Pundensari Wilayah Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5, 1–13.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang)*. 11, 1–11.
- Slamet Riyanto, S.T., M.M. & Dr. Aglis Andhita Hatmawan, S.E., M. M. (2020). *metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sunaryo, S. A., Purwanto, H., & ... (2022). Pengaruh Promosi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akutntansi, September*.
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3363%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/3363/2705>
- Susan Gunelius. (2010). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business*. Paperback Illustrated.
- Susianto, B., Johannes, J., Yacob, S., Manajemen, D. P., Manajemen, D. P., & Kerinci, K. (2022). *Kabupaten Kerinci*. 3(6), 592–605.
- Sutin, N. (2023). Journal of Social and Political Science. *Social and Political Sciencet*, 3(TikTok Menjadi Trend 2022 di Platform Sosial Media), 101–114.
- Tangerang, K. (2023). *Berkunjung Wisatawan Di Ketapang Urban Aquaculture*. 4(4), 2038–2049.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). Data Pengunjung Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdit Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap

Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>

Wahyuni, S., Putri, L. T., & Azhari, A. (2022). the Effect of Social Media Promotion and Facilities on Visiting Decisions on Andalus Tourism. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(2), 261–272. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i2.138>

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.

Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka baru press.