

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ariyani, M., Dhameria, V., & Suyitno. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan promosi media sosial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. *Jurnal Pariwisata*.
- AS, F., & Rizki. (2024). Dampak Sosial Media Marketing, Daya Tarik dan Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Kabupaten Bangkalan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1826–1842. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.802>
- Athif Khoosyi Muzakki¹ dan Ika Listyawati². (2024). *Analysis Of The Influence Of Attraction, Facilities, And Accessibility On The Interest In Return Visits To The Heritage Tourism Of Old Town Semarang Analisis*. 2, 306–312.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Esfandiar, K., & Hadinejad, A. (2025). A critical review of the theory of planned behaviour in tourism research. *Current Issues in Tourism*.
- Irawan, A. C., & Radiansyah, E. (2025). *Pengaruh Pemasaran Digital , Fasilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali di Pantai Sanggar Beach Kalianda Lampung Selatan*. 9, 27769–27777.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, R., & Sengaji, Z. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali (Studi kasus pada objek wisata budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Lon, P., Kabupaten, M., Rizkiana, F. N., Aguilika, D., & Faraby, M. E. (2025). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan*. 8(6).
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspuah, H. (2023). Analisis daya tarik, harga, promosi, fasilitas wisata, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali

wisatawan objek wisata Jember Mini Zoo. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*.

<https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/11842>

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.

Organization, U. N. W. T. (2024). *World Tourism Barometer*.
<https://www.unwto.org/tourism-data/world-tourism-barometer>

Osiako, P. O., & Szente, V. (2024). Behavioral intention in domestic heritage tourism: An extension of TPB. *Sustainability*, 16(2), 521.

Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74–94.

Rahmat, F. A., Kornita, G. W., & Endang, S. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

Setiawan, B., Munawar, A., Lee, C. Y., & Romadona, M. R. (2024). A comprehensive model of the theory of planned behavior in explaining tourists' littering behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.

- Sirait, N. R., & Aramita, F. (2025a). Pengaruh promosi media sosial dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata The Kaldera Toba Nomadic Escape. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
<https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/5730>
- Sirait, N. R., & Aramita, F. (2025b). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung kembali di Objek Wisata The Kaldera Toba Nomadic Escape. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 6(1), 10–17.
<https://doi.org/10.31289/jimbi.v6i1.5730>
- Statistik, B. P. (2025). *Perkembangan pariwisata Indonesia November 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/01/02/2395/perkembangan-pariwisata.html>
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). Pengertian Sampel dalam Metode Penelitian. *Management Insight*, 81. <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/download/19202/pdf/62144>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.