DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211.

Ajzen, I. (1980). *Understanding attitudes and predictiing social behavior*. *Englewood cliffs*.

Baber, R., & Baber, P. (2023). *Influence of social media marketing efforts, e-reputation and destination image on intention to visit among tourists: application of SOR model*. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, *6*(5), 2298-2316.

Cassandra, C., & Soeprapto, V. S. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Pasca Revitalisasi Ke Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 10(02), 310-335.

Chasanah, U., & Widayati, S. (2026). Pengaruh komunikasi digital terhadap evaluasi dan kepuasan wisatawan.

Chen, D. (2023). *How visitors perceive heritage value-A quantitative study on visitors' perceived value and satisfaction of architectural heritage through SEM.*

Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020). Pengaruh citra, daya tarik, kualitas pelayanan obyek wisata terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science), 19(2), 92-106.

Ellisya, P. (2025). Pengaruh daya tarik destinasi wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan pengalaman wisata sebagai mediasi (Studi pada Pengunjung Kampung Coklat Blitar) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Malang).

Eksitasari, A. D., & Rahmatin, L. S. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Puncak Pinus Becici, Yogyakarta. Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, 4(3), 201-210.

Ghozali, I. (2006). Aplikasi analisis *multivariate* dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis *multivariate* dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hendradewi, S., et al. (2025). Pengaruh daya tarik visual terhadap kepuasan wisatawan melalui keputusan berkunjung.

Jannah, N., et al. (2023). Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Jody, J. (2025). Pengaruh promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for hospitality and tourism* (8th ed.). *Pearson*.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). *Pearson*.

Kucukergin, K. G. (2020). *Visual quality and tourist experience in destination marketing.*

Kurniasih, G. (2025). Pengaruh media sosial dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung pada objek wisata Lembah Asri Serang Kabupaten Purbalingga.

Kurniawati, K., & Eviana, E. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan.

Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). *Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. Tourism Management, 27*(4), 589–599.

Marcillia, M. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Marie, A. (2024). *Destination attractiveness and tourist satisfaction.*

Maulidiyah, I. A., & Fathor, A. S. (2024). Peran media sosial terhadap kepuasan wisatawan melalui keputusan berkunjung.

Prasetyo, P. (2025). Pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Purwanto, E., & AR, M. M. S. (2025). *Heritage tourism experience dan destination image* terhadap kepuasan wisatawan.

Rahmyani, S., & Imamuddin, M. (2025). Pengaruh daya tarik wisata sejarah terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). *Authenticity and place attachment in heritage tourism.*

Ratnaningtyas, R., & Rahmanita, M. (2023). Pengaruh pemasaran digital terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan pengunjung.

Riyadi, R., & Susilowati, S. (2019). Pengaruh persepsi visual terhadap perilaku kunjungan wisatawan.

Seow, A. N. (2024). *Heritage experience and tourist satisfaction.*

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.

Wu, X. (2019). *Historical interpretation and tourist engagement.*

Zhang, X., et al. (2022). *Social media influence on tourist behavior and destination choice.*

Zhou, X. (2022). *Destination aesthetics and tourist satisfaction.*