

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ariyani, R. M., Dhameria, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan promosi media sosial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di waduk setu patok kabupaten cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 133-147.
- Anggraita, S. L. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten.
- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). Statistika Terapan dengan Sistem SPSS (No. 9s7vh_v1). *Center for Open Science*.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di taman nasional gunung halimun salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94-101.
- Cahyani, N., Safitri, M., & Mahmud, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 1 32-141.
- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2022). Pengaruh fasilitas wisata, promosi, dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan (Studi destinasi wisata Taman Ghanjaran Trawas). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(4).
- Faturrahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 68-75.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Howard, P. N. (2012). *Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence*.
- Hermawan, T., Wijayanti, A., Nurfitriana, C., Saputra, A., & Sinangjoyo, N. (2023). *The significance of tourism attraction and social media promotion on the interest of return visit. Tourism and Hospitality International Journal*, 18 (1), 60–83.

- Herlina Prasetyowati Sambodo, S. K. (2023). Ringkasan Pariwisata Kabupaten Madiun Tahun 2023. Madiun: BPS Kabupaten Madiun/BPS-Statistics of Madiun Regency Dicitak oleh.
- Isdarmanto, I. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Wisata.
- Jatyananda, C., Nurittamont, W., & Phayaphrom, B. (2021). *Understanding the social media marketing activities influence on revisit intention in beauty clinics: The case study in Bangkok, Thailand*. PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research, Forthcoming, Asian Administration & Management Review, 4(2).
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management* (Ed. 13). New Jersey: PEARSON.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2014. *Marketing Management*. 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022, October). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4).
- Komariya, N., & Aguilika, D. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan *Word Of Mouth* (WOM) Pada Minat Kunjung Kembali Wisatawan ke air terjun Toroan Kabupaten Sampang. Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah, 5(2), 75-94.
- Kemenpar. (2025, Maret 6). Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal Tahun 2024. Retrieved from kemenpar.go.id: <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-asal-tahun-2024>
- Mesra, B., Surya, E. D., & Saragih, M. G. (2021). Kajian Dasar Pariwisata. *Researchgate. Net*.
- Malau, E. H., & Purba, E. (2020). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Berkunjung Ulang di Pantai Paris Tigaras. Manajemen: Jurnal Ekonomi, 2(2), 116-123.
- Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh *destination image* dan fasilitas wisata terhadap *revisit intention* (studi pada pengunjung wisata alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(2), 170-179.

- Maryani, E. (1991). Pengantar Geografi Pariwisata. Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS IKIP.
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 4(1), 51-65.
- Malikhah, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 7(1), 28-38.
- Normalasari, N., Johannes, J., & Yacob, S. (2023). Minat kunjungan kembali wisatawan daya tarik wisata yang dimediasi oleh electronic word of mouth. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 156-169.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 2025. (2011, Desember 2). Retrieved from BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. J., & Loindong, S. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821-832.
- Pratiwi, C., Komsiah, S., Yunarti, S., & Idaman, N. (2024). Pemanfaatan Iklan melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Pariwisata Di Indonesia. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2).
- Ristania, Novia & Jerry Justianto. (2014). Analisis pengaruh harga, promosi dan *viral marketing* terhadap keputusan pembelian pada “online shop” s-nexian melalui facebook. *Jurnal of Business Strategy and Execution*, 5 (2) 2014, ISSN 131-16.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang

- Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38-49.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba. 124. Syafrida.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36-46.
- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 122-132.
- Sharita, R., Sarmila, S., Setiyowati, R., Palinggi, Y., & Mawardi, M. (2022). Pengaruh *Servicescape* Terhadap *Revisit Intention* Yang Dimediasi Oleh *Perceived Service Quality* dan Media Sosial. *Sebatik*, 26(2), 697-709.
- Suryani, S., Fitriainingsih, F., & Candrasa, L. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Pemandian Alam Swimbath Kabupaten Simalungun. *Economic Development Progress*, 1(2), 81-87.
- Safari, A., & Riyanti, A. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Curug Aseupan Parongpong. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 246-265.
- Saputra, M. H., & Fathor, A. S. (2024). Instagram dan Fasilitas Dalam Menciptakan Minat Berkunjung Kembali Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 14-29.
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh citra destinasi dan lokasi terhadap minat berkunjung kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28-41.
- Taning, N. P., Masyhudi, L., Hulfa, I., Idrus, S., & Martayadi, U. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 379-392.

- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan electronic word of mouth terhadap minat kunjung pada Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146-156.
- Undang-Undang. (1990, Oktober 18). *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990*. Retrieved from [peraturan.bpk.go.id: https://peraturan.bpk.go.id/Download/35462/UU%20Nomor%209%20Tahun%201990.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Download/35462/UU%20Nomor%209%20Tahun%201990.pdf).
- World Tourism Organization* .(2000). *WTO News Issue 2*. Madrid
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap *Memorable Tourism Experience* dan *Revisit Intention* (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 199-207.
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022, October). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions. Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th Ed.). MC Graw Hil Education.