DAFTAR PUSTAKA

Althalets, F., & Rahmawati, L. N. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan harga terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Biru Kersik Marangkayu. *Marangkayu*, 2(1), 1–12.

Anwar, C., Rosnani, T., Purmono, B. B., Fitriana, A., & Jaya, A. (2023). The influence of food quality and service quality towards customer satisfaction and behavioral intention at Kimukatsu restaurant in Indonesia. *Himalayan Journal of Economics and Business Management*, 4(1), 1–8. https://doi.org/10.47310/hjebm.2023.v04i01.004

Apriliyanti, R. (2020). Hubungan jumlah objek wisata, hotel dan biro perjalanan dengan jumlah wisatawan ke D.I.Y. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 128–137. https://doi.org/10.31294/par.v8i2.11454

Aris, S., & Yusuf. (2020). Strategi digital marketing melalui pengelolaan media sosial @notapprovedyet oleh content marketing Shopee Indonesia. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 4(2), 584–598. https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i2.7442

Dewi, I. J. (2023). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 165–183.

Fatimah, & Nuryaningsih. (2018). *Buku ajar pengembangan dan perencanaan pariwisata*. Deepublish.

Febrianti, W., & Hasan, R. (2022). Impact of product quality and brand image towards buying decisions with buying interest as mediation variable. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(11), 1899–1912. https://doi.org/10.59141/jrssem.v1i11.202

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2019). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). Pengaruh budaya bisnis masyarakat dan literasi keuangan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Kemanusiaan (JPDSH)*, 9(1), 1–14. https://doi.org/10.26460/ja.v9i1.2192

Ghozali, I. (2022). Analisis validitas, reliabilitas, dan kelayakan instrumen penilaian rasa percaya diri siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133–139. https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331

Gunelius, S. (2010). *30-minute social media marketing*. McGraw-Hill.

Harahap, S. A., & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara ke Kotagede. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 9–24.

Harjadi, D. (2022). Minat berkunjung kembali pada Sangkan Resort Aqua Park Kuningan. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1), 64–78. https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.169

Harjadi, D., & Arraniri, I. (2024). Pengaruh social media marketing, electronic word of mouth, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk emina cosmetics di kabupaten kuningan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(1), 266–274.

Harjadi, D., Arraniri, I., & Sagita, D. (2022). Customer satisfaction on Yamaha motorcycles: A study of product differentiation and brand reputation. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(3), 591–595. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1369

Heryati, A., Afriyani, F., & Mubarat, H. (2024). Peningkatan daya tarik wisata di Kota Palembang dengan permainan layang-layang. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat (JMM)*, 8(1), 149–156. https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.19698

Hdayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra destinasi: Pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 96–108. https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.4246

Indriyani, F. (2017). Pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 20–31. https://doi.org/10.32722/eb.v16i1.887

Kardini, N. L. (2020). Faktor yang mempengaruhi daya tarik wisatawan dalam pengembangan pariwisata bahari di Pantai Tanjung Benoa. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 3(1), 106–125.

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). *Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand*. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486.

Kotler, P. (2011). Philip Kotler's contributions to marketing theory and practice. *Review of Marketing Research*, 8, 87–120. https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2011)0000008007

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Kurniasih, G., & Zaenudin, Z. (2025). Pengaruh media sosial dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung pada objek wisata Lembah Asri Serang Kabupaten Purbalingga. *ECo-Buss*, 8(1), 155–166. https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2448

Makawoka, P. D. C., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (2022). Daya tarik wisata, citra destinasi dan electronic word of mouth (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA*, 10(3), 817–829.

Marpaung, B. W. (2019). Pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang wisatawan objek wisata Pantai Marina Kalianda Lampung Selatan. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 862–877.

Moreira, P., & Iao, C. (2014). A longitudinal study on destination image and attraction. *Journal of Social Sciences*, 3(3), 90–112.

Mukson, Zaman, M. B., & Ikhwan, S. (2021). Analysis of product quality and price on buyer's decision. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 5(1), 149–160.

Muqarrabin, R., Zebua, Y., & Nasution, S. L. (2022). Analysis of product quality, price, promotion, and location toward purchase decision. *International Information and Engineering Sciences Journal (IIJSE)*, 5(2), 720–730.

Novira Indah, N. E., Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan electronic word of mouth terhadap keputusan berkunjung pada Mahakam Lampion Garden Kota Samarinda. *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer (Rapik)*, 1(2), 57–64. https://doi.org/10.47134/rapik.v1i2.11

Parastiwi, A. (2017). Kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Jeneponto. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1697–1709.

Prayogi, B. (2022). *Pengaruh e-WOM, service quality dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata Pantai Menganti Kabupaten Kebumen* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri]. Repository UIN Saizu. http://repository.uinsaizu.ac.id/24180/

Putra, G. B. P. A., Wulandari, & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di

Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(2), 397–407.

Ratnaningtyas, H., Nurbaeti, N., & Rahmanita, M. (2023). Pengaruh citra destinasi dan pemasaran digital terhadap keputusan berkunjung. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 163–173.

Safitri, I. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8, 734–741.

Saputro, D. S. A., Respati, R. D., & Utami, S. (2023). Pengaruh inovasi atraksi wisata camping ground terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Karang Combong, Anyer. *WisataMuh: Journal of Tourism Management*, 3(1), 28–38.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.

Sondakh, P. M. N., & Tumbel, A. (2016). Pelayanan, keamanan dan daya tarik mempengaruhi minat wisatawan yang berkunjung ke objek wisata alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 280–288.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Utari, D. R. (2016). *Pengembangan atraksi wisata berdasarkan penilaian dan preferensi wisatawan di kawasan Mangrove Karangsong, Kabupaten Indramayu* [Jurnal, Universitas Pendidikan Indonesia]. Repository UPI.

Wibowo, S. F., Sazali, A., & Kresnamurti R. P., A. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction toward revisit intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136–156. https://doi.org/10.21009/jrmsi.007.1.08