

DAFTAR PUSTAKA

- 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. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Bah, T., Kec, B., Simalungun, K. A. B., Safitri, D., Saragih, L., Wilfrid, J., & Purba, P. (2023). *ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REVISIT INTENTION (MINAT KUNJUNG) WISATAWAN PADA OBJEK AIR*. 5(1), 25–34.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(2013), 1–15. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Basiya, & Rojak, H. A. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Dinamika Kepariwisata*,. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715/629>, 11(2).
- Bisnis, B. (2017). *Pengaruh Media(Indah H)*. 03(01), 41–52.
- Budiman, I., Kamal, S., Tarlis, A., Ekonomi, F., Langsa, I., & Langsa, K. (2020). The Strategy of the Langsa City Government in Developing Halal Tourism Objects Ranging Wisata Halal Versi Global Muslim Travel Index 2019. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(28), 16–28.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222–232.

Destinasi, P. (n.d.). *B_3802018101_Pemasaran Destinasi Pariwisata*.

Hanif, A., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 38(1), 1–9.

Hartomi, A. P. E. D., & Prabowo, A. (2020). Strategi Pengelolaan Objek Wisata Mangrove Mangrove Pandansari Tourism Object Management Strategy As One of the Original Income of Brebes. *Jurnal Tata Sejuta STIA MATARAM*, 6(2), 637–649.

Hurriyati, R. (2015). An Analysis of Place Branding to Enhance the Image of Bandung City and its Implications toward the Decisions to Visit Tourism Destination. *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 8(1), 99–114.

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>

Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan*, 1, 536–546.

Lestari, A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik missyshop official di kota makassar. *Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar*, 21(1), 1–9.

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>

Mony, R., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Media Sosial Dan Nilai Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Hutan Mangrove Kulon

- Progo Yogyakarta. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 51–79. <https://doi.org/10.61476/spvxg605>
- Nugraha, R. N., & Syah Putra, E. (2024). The Effect of Promotion and Destination Image on Interest in Revisiting Artificial Tourist Attractions (Case Study Theme Park Dunia Fantasi Ancol). *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(03), 680–688. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i03.728>
- Permatasari, N. T., Pranatasari, F. D., & Maridjo, H. (2023). *Influence of Promotion Through Instagram, Word of Mouth, Tourist Attractions, and Price Toward Revisit Intention*. 593–600.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Daryanto Seno, A. H. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 359–369. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34753>
- 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. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>
- Servinus, L., Charles, D., Sutiono, H. T., & Sugandini, D. (2024). *International Journal of Current Science Research and Review The Influence of Tourist Attraction and Digital Marketing on Return Visit Interest with Tourist*

Satisfaction as a Mediating Variable in Tinalah Tourism Village , Kulonprogo Regency Corresponding. 07(11), 8197–8209.
<https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i11-07>

Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12.
<https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>

Sidik, A. L., H, Y., & Nurdin. (2021). Keanekaragaman Jenis Burung Pada Tiga Tipe Habitat Situ WulukutDesa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan. *Konservasi Untuk Kesejahteraan Masyarakat II*, 81–97.

Sulistyafani, A., & Sastrawan, I. G. A. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pantai Pandawa, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 96. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i01.p11>

Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap MinatBerkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 36–46.

Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
<https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094%0Ahttps://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>

Sutiyadi, M., & Djunaid, Ika Suryono. (2023). Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1214–1228.
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.4811>

Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Data Pengunjung Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.

Technology, I. (2024). 3 1,2, 3. 7(August), 210–217.

Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Heredit 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>

Timotius, H., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol. *Journal Human Capital Development*, 10(3), 1–15. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4472%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4472/2905>

UNWTO. (2008). *Understanding Tourism: Basic Glossary*. Springer International Publishing, 2008, 1–4.

Wachjuni Wachjuni, Januar Habibi Mahsyar, W. O. (2024). *Increase Interest Visiting Tourism In Kuningan Ragency*. 29(2), 270–283.

Wang, D., Kotsi, F., Mathmann, F., Yao, J., & Pike, S. (2020). *Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19 . The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect , the company ' s public news and information . January.*

Warman, B. P., Zulvianti, N., & Putri, H. M. (2024). Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 4(3), 285–302. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v4i3.656>