

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., Alviandra, R., Kunci, K., Wisata, D., Kembali, B., & Wisatawan, K. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. Journal of Seniorita (Vol.1)*
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Journal of Acta Psychologica*, Vol. 240. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Arum Sari, W., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. In *Mohamad Najmudin Juni 2021 EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi (Vol. 12, Issue 1)*.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 26 (3), 223. <https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1478>
- Balal, M., Ebrahim, A., Dreza, G., & Abraham, A. (2024). *Measuring the Effects of Online Information Quality, User-Friendly Accessibility, and Digital Marketing Interactions on the Intentions to Visit Tourist Destinations: A Case of Libya. International Journal For Multidisciplinary Research (IJFMR)*, Vol. 6, [www.ijfmr.com](http://www.ijfmr.com)
- Budi susanto, P. astutik. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*. Vol.1(1). [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

- Didi R, Lalu A, & Weni R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante*. Jurnal Riset Pemasaran, Vol.2(2), 38-49.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal Saputra, M. (2024). Instagram dan Fasilitas Dalam Menciptakan Minat Berkunjung Kembali Di Kabupaten Sampang. In *Maret*, Jurnal Bina Manajemen (Vol. 12, Issue 2).
- Hair, J., Hult, T., & Ringle, C. (2021). *A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol.6(1), 136. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>
- Huang, C. C., & Lin, W. R. (2023). How does tourist learning affect destination attachment in nature-based tourism: Multiple mediations comparison and distal mediation analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100665>
- Indriyani, N. E., & Artanti, Y. (2020). Peran Citra Destinasi, E-Wom, Dan Travel Constraints Pada Niat Berkunjung Wisata Pantai Di Kota Surabaya, Jawa Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 11(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Lailatul Munawaroh, & Nur Ajizah. (2023a). *Mufakat Followers Akun Tiktok Waroeng Sumringah*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol 2(4), 590-620 <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>

- Listyawati, I. H., Wulandari, A., Citra, ) (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi (JBMA)*. In *Maret: Vol. IX* (Issue 1).
- Majeed, S., Zhou, Z., Lu, C., & Ramkissoon, H. (2020). Online Tourism Information and Tourist Behavior: A Structural Equation Modeling Analysis Based on a Self-Administered Survey. *Frontiers in Psychology*, Vol. 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00599>
- Maulana, R., Dewi, S. F., & Syaifulloh, M. (2024). Efektivitas promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Batang. *Journal of Management and Digital Business*, Vol.4(1), 132–142. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.1104>
- Mkwizu, K. H. (2019). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, Vol. 34(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/ihr-09-2019-0015>
- Muhammad Reyhan Putra Suryanto. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata dengan Variabel Citra Destinasi Sebagai Pemediasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- 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*, Vol.11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>

- Putri, R. A., Geografi, P., Tarbiyah, F., Keguruan, D., Sultan, U., & Kasim, S. (2022). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan (JIIP), Vol.1(1), 76-83.
- Sekaran Uma, dan Bougie Roger (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* buku 1. Jakarta: Selemba Empat
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*: John Wiley & Sons.
- Siti Khozinatun Niam. (2023). *Pengaruh Subjective Norm Attitude, Perceived Behavior, Destinasion Image, Travel Motivation Terhadap Niat Wisatawan Mengunjungi Destinasi Wisata Halal Pulau Lombok Dengan Religiusitas Sebagai Moderasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Sudiarta, I. N., Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Kualitas Layanan dan Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan untuk Mengunjungi Kembali Desa Wisata. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 508–526. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3704>
- Viola, & Nurlisa, G. (2022). *Analisa Teori Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata*. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*. Vol.5(1) <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>