

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., & Sharfina, N. (2023). Pengaruh pemasaran media sosial Instagram dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 144–152.
- Apriliani, S., Susanti, V., & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi:(Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Bukit Aslan Bandar Lampung). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 330-347.
- Arevin, A. T. (2024). The Effect of Tourism Facilities and Service Quality on Return Intention through Visitor Satisfaction. *Research Horizon*, 4(2), 129-140.
- Astuti, R., & Abdurrahman, M. (2022). *Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada produk konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 11(1), 45–56.
- Azizah, R. I., & Fathor, A. S. (2023). Peran pemasaran digital, fasilitas, kepuasan terhadap minat berkunjung ulang pada desa wisata. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1689–1710.
- Bayih, B. A., & Singh, S. (2020). The role of visitor satisfaction in shaping positive revisit intentions in tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100739
- Bernardo, M., Silva, R., & Gomes, A. (2020). The role of social media in enhancing communication and interaction: A literature review. *Journal of Communication Technology*, 15(3), 120–134.

- Dahmiri, M. (2020). Pengaruh social media marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 87–98
- Ernanty, A., & Timotius, A. (2022). Analisis pengaruh digital marketing terhadap kepuasan pelanggan pada destinasi wisata di era pasca pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 88–97
- Evelyna, F. (2022). Pengaruh *Servicescape*, *Social Media Marketing* dan *Customer Experience* terhadap Minat Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 203-219.
- Fajrin, A., Putri, R., & Hidayat, M. (2021). Peran fasilitas dalam menunjang aktivitas wisatawan di destinasi wisata. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, 9(1), 22–30
- Fajrin, M., Wijayanto, H., & Kornita, D. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan*. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 7(2), 98–110
- Fajrin, R., Putri, A. D., & Saputra, E. (2021). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata alam. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 5(2), 101–110.
- Fawziah, E., & Kamener, D. (2022). Pengaruh destination image dan experiential marketing terhadap revisit intention dengan tourist satisfaction sebagai variabel mediasi pada Kebun Strawberry Dzikho Alahan Panjang. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 21(2), 1-2.
- Febriani, R., Santoso, B., & Wijaya, T. (2022). *Analisis fasilitas pariwisata dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(1), 45–56.
- Febrianti, D. C., Nurhidayah, N., & Hardaningtyas, R. T. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Value, Perceived Quality, Brand Image, dan Customer Satisfaction Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di AADK Coffee & Eatery Tlogomas Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset*

Manajemen, 13(02), 82-92.

- Garg, R., Sharma, P., & Mehta, S. (2024). Social media's impact on consumer attitudes and marketing strategies. *Journal of Digital Marketing Research*, 15(2), 101–115
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 dan SmartPLS 3* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. , Hult, G. T. M. , Ringle, C. M. , Sarstedt, M. , Danks, N. P. , & , & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Cham: Springer.
- Hamiyanto, J. C. (2024). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Pavilion Restaurant di Jw Marriot Surabaya.
- Hasanudin, U. (2022, 18 Juli). Pemulihan ekonomi pariwisata pascapandemi penting dilakukan. *Harian Jogja*.
- Hermanto. (2021). *Pengembangan Pariwisata Daerah di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Nusantara
- Hermawan, A., Nugroho, Y., & Prasetyo, T. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata budaya. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 7(1), 33–42
- Hidayatullah, F., Ramadhan, R., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas wisatawan di destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(3), 150–160
- Hidayatullah, R., Sari, D., & Nugroho, A. (2020). Loyalitas wisatawan melalui minat berkunjung kembali dan rekomendasi destinasi. *Jurnal Ilmu Pariwisata Indonesia*, 8(2), 55–67.
- Iqbal, M., & Sujana, E. (2021). Pengaruh experiential marketing dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang pada Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–55.
- Isman, Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh social media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 27–32.

- Jaya, A. P., & Tampubolon, H. P. (2022). Pengaruh media sosial marketing terhadap kepuasan pelanggan pada industri pariwisata digital. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 15(1), 45–56
- Karyani, T. (2019). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 101–110.
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., Lintong, D. C., Daya, P., Wisata, T., Niat, T., Ulang, K., & Mandey, S. L. (2020). Pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3), 400–410.
- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh aksesibilitas dan physical evidence terhadap revisit intention dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening: Studi pada pengunjung objek wisata Pantai Bocor di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (P. Kotler & K. L. Keller, Eds.; Pearson Education).
- Lestari, A., Putra, B., & Sari, C. (2022). Minat berkunjung kembali wisatawan: Sebuah kajian perilaku. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 45–56..
- Lestari, P. D., Handayani, T., & Rahmawati, S. (2022). Pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang (Studi kasus wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan Indonesia*, 6(2), 115–125.
- Masjhoer, M., & Dzulkifli, D. (2019). Peran kepuasan wisatawan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata di destinasi wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 6(2), 88–98.
- Masriah, I., Ingkadijaya, R., & Mumin, A. T. (2024). The influence of tourism facilities and attractions on revisit intentions with visitor satisfaction as an intervening variable: A study on Kampung AEWOW Mulyaharja Bogor. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 8(2), 109–

124.

- Maulidiah, N., Sari, R. P., & Hartono, D. (2023). Peran fasilitas wisata dalam meningkatkan kepuasan pengunjung destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata dan Manajemen*, 8(1), 45–56.
- Mavragani, A., Tsagarakis, K. P., & Tsiptsis, K. (2019). Digital marketing and social media: a review of literature and practice in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 29, 94–103.
- Nastabiq, M., & Soesanto, H. (2021). The effect of destination attractiveness, destination service quality and tourist satisfaction on the intention of revisit to Kota Lama Semarang. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- 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.
- Nugraha, R. N., Tarigan, E., & Trisnawati, Y. (2022). Sentiment analysis on Oakwood Residence Cikarang hotel reviews on Tripadvisor website using K-Nearest Neighbor algorithm. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6495–6506
- Nur, S., Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2021). *Pengaruh kepercayaan dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(3), 150–160.
- Pradhana, M. A. (2022). Peran media sosial dalam membentuk komunikasi pemasaran digital destinasi wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 10(2), 134–145.
- Pradhanawati, N., Widyastuti, R., & Putri, S. (2021). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata pantai. *Jurnal Pariwisata dan Kebudayaan*, 9(2), 112–123.
- Pratiwi, A., & Prakosa, B. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali ke destinasi wisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 12(1), 34–45
- Pratiwi, L. A. (2021). Analisis kepuasan wisatawan terhadap layanan destinasi wisata di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pariwisata*, 9(2), 75–84

- 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), 74–85
- Putri, N. T., Listyaningsih, E., Sukawati, A. D., & Indriani, W. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pada destinasi wisata lokal (Studi kasus generasi Z Kabupaten Lampung Barat). *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 6(3), 1–12
- Riskyady, M. (2021). *Pemasaran digital dan media sosial: Strategi pemasaran di era digital*. Jakarta: Penerbit Media Kreatif.
- 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.
- Sari, W. A., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 49-58.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, Roger. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis I: Pendekatan Pengembangan-Keahlian 6th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septianing, D., & Farida, N. (2021). Pengaruh fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 8(1), 45–56.
- Situmorang, I. K., Ginting, F., & Tarigan, J. S. (2023). Pengaruh daya tarik dan kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan Kaldera Toba. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 1–10.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2020). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.

- Sugiamana, A. G., Suhartanto, D., LU, C. Y., Rediyasa, I. W., Sulaeman, R. P., & Renalda, F. M. (2024). Tourist satisfaction and revisit intention: the role of attraction, accessibility, and facilities of water park tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 257-266.
- Sugianto, H., & Marpaung, B. (2020). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(2), 87–96.
- Sugiono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh persepsi dan motivasi wisatawan terhadap minat kunjung ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115–122.
- Suryanto, A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan domestik. *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata*, 9(1), 22–31.
- Susetyarini, N., & Masjhoer, M. (2018). Kepuasan wisatawan sebagai tolok ukur keberhasilan pengembangan pariwisata. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 25–34.
- Tanjung, R. H., Siregar, A. M., & Lestari, D. (2022). Pengaruh fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan di destinasi wisata alam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pariwisata*, 5(1), 60–70.
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analysis of the influence of social media marketing on Repurchase Intention through brand Trust as a mediating variable on Instagram adidas Indonesia in Surabaya. *Journal of Marketing Strategy*, 7(1).
- Torabi, Z. A., Shalbafian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability*, 14(5), 2721.
- Widiyastuti, R., et al. "Pengembangan Kawasan Ekowisata Berbasis Partisipatoris di Dusun Santan Kabupaten Bantul." *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 6, no. 3, 2024, pp. 570–579.

- Yudha Praja, A. (2023). *Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang di destinasi wisata alam*. Jurnal Pariwisata dan Manajemen, 10(2), 123–134.
- Yulianda, H., & Sari, A. R. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan (repeater guest) pada objek wisata Banto Royo. *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry*, 1(2), 26–37.