

DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, N. (2024). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*, 3(2). Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/>
- Ansyah, R., Hastuti, D. R. D., Kamaruddin, C. A., Syafri, M., & Astuti, S. (2024). Peran promosi dan citra destinasi dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan pada objek wisata Puncak Tinambung Bissoloro Kab. Gowa. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 536–542. Retrieved from <https://jurnal.stkippancasakti.ac.id/index.php/jebs/article/view/1900>
- Ardiansyah, & Ratnawili. (2021). Pengaruh daya tarik, citra destinasi, dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2). Retrieved from <https://journal.unilak.ac.id/index.php/JMMIB>
- Amalia, R., Wibisono, N., & Elliott-White, M. (2023). Increasing Tourist Revisit Intention in Garut Tourist Attractions: The Role of Destination Image and Tourist Satisfaction. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 3(2), 130–147. <https://jmi.polban.ac.id/jmi/article/view/74>
- Hanafiah, A., Wibowo, M. W., Damayanti, F., Manajemen, P. S., & Buana, U. M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat. 6(03), 347–364. Retrieved from <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jimb/article/view/10095>
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1679–1688. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/47117>
- Kurniawan, R. L., & Suyuthie, H. (2022). Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas di Daya Tarik Wisata Pantai Cermin Kota Pariaman. 6, 1238–1243.
- Marini, S., Rosdiana Aprilia, L., & Sakti Wibawa, I. (2022). Efektivitas Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 482–497. Retrieved from <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/view/924>
- Rahmania, A. T., & Abrian, Y. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Atribut Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Destinasi Wisata

- Alahan Panjang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(3), 47. Retrieved from <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/view/1015>
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh social media marketing, fasilitas wisata dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. Retrieved from <https://ejournal.kopertis10.or.id/index.php/ekobistek/article/view/75>
- Firmansyah, M. F., & Yustini, R. S. (2025). Pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata, dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan domestik Kota Lama Surabaya. Musytari: *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 15(4), 41–50. Retrieved from <https://ejurnal.stikomdb.ac.id/index.php/musytari/article/view/11247>
- Hanafiah, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). Pengaruh electronic word of mouth, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung generasi Z pada destinasi wisata halal Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 347–364. <https://doi.org/10.22441/jimb.v6i3.10095>
- Indriyani, R. D., & Artanti, Y. (2020). Citra destinasi dan electronic word of mouth: Pengaruhnya terhadap niat berkunjung wisata pantai di Kota Surabaya, Jawa Timur. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 277–294. Retrieved from <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi>
- Julita, J., Derizal, D., Suyanto, B., Willy, A., Ingkadijaya, R., Brahmantyo, H., & DJati, S. P. (2023). Analisis pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan muda ke The Lodge Maribaya, Bandung. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 72. Retrieved from <https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1400>
- 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), 1–28. Retrieved from <https://journal.aio.ac.id/index.php/exero/article/view/5037>
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, & Azhar, M. E. (2020). Model elektronik word of mouth: Citra destinasi, kepuasan dan loyalitas wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19. Retrieved from <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- 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. Retrieved from <https://journal.umsida.ac.id/index.php/fmb/article/view/3851>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 5th ed.). www.cvfabeta.com
- Riestiana, R., & Sudrajat, A. (2025). Pengaruh promosi digital dan citra destinasi terhadap minat berkunjung pada wisata Kampung Turis Karawang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(6), 8863–8870. Retrieved from <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/ekoma>
- Roselie, L., Rahmanita, M., & Mariati, S. (2022). Pengaruh promosi di media sosial dan electronic word-of-mouth terhadap minat kunjungan ke Telaga Biru Cicerem, Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(2), 89–96. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/hospitality/article/view/882>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Salsabila, D., & Miswan, M. (2024). Pengaruh electronic word of mouth (EWOM) pada media sosial Instagram terhadap minat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(1), 274–281. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.230>
- Wisnu, I. A., & Sholahuddin, M. (2023). Pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke obyek wisata Waduk Kedung Ombo. *VALUE*, 4(1), 13–33. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.717>