

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A. L., & Isa, M. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Museum Karst Indonesia*. 7, 1212–1226. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.6760>
- Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., Gupta, S., Semarang, U. N., Muhammadiyah, U., & Utara, M. (2024). *The Effect of Digital Marketing Through Social Media and Tourism Attractiveness on Visitor Interest*. 11(1), 26–38. <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/jppm/article/view/72327>
- Puspitasari, A. P., & Za, S. Z. (2025). *Pengaruh Daya Tarik Wisata , Persepsi Harga , dan Motivasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kampung Laut Bontang Kuala*. 2(1), 1501–1510. <https://doi.org/10.62710/e8xdvd68>
- Andri, M., & Aprianto, D. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Kabupaten Pulau Morotai Provinsi Maluku Utara*. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19347>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/07495978(91)90020-T)
- Dwiwinarno, T., & Kuswardani, A. (2024). *Pengaruh persepsi harga , keragaman produk*. 15(2), 88–108. <https://doi.org/10.37159/wavhvx96>
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). *Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari*. 6(2), 4801–4810. <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.4024>
- Ferdinand, A. (2005). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen: Aplikasi model-model rumit dalam penelitian untuk tesis magister & disertasi doktor* (Edisi ke-3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Komariya, N., & Aguilika, D. (2024). *Pengaruh daya tarik, fasilitas, dan word of mouth (WOM) pada minat berkunjung wisatawan ke Air Terjun Toroan Kabupaten Sampang*. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(2), 178–190. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/arribhu/article/view/1905>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, NK (2014). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*.
- 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 (JEBAM)*, 2(1), 51–79. <https://doi.org/10.61476/spvxg605>
- Mulyana, H., & Fajri, K. (2024). *Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Minat Berkunjung Di Terminal Wisata Grafika Cikole (The Influence Of Promotion And Brand On Visiting Interest At Terminal Wisata Grafika Cikole)*. 3, 160–185. <https://doi.org/10.32659/jmp.v3i2.372>
- Ningrum, S., Monoarfa, A. S., & Juanna, A. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga Terhadap Minat Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia dan Wisatawan Nusantara di Provinsi Gorontalo Tahun 2018 - 2021*. 6(1), 225–241. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19347>
- Nur, M., & Salim, M. (2022). *Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 113–126. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). *Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata*. 10(2), 269–278. <https://doi.org/10.23887/jishundiksha.v10i2.33456>
- Safira, S. P. (2025). *Analisis Pengaruh Aksesibilitas , Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung Analysis of the Effect of Accessibility , Facilities and Price Perception on Tourists ' Revisit Interest in Krakatau Lampung Tourist Object*. 5(2), 1030–1042. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1440>
- Salsabila, S., & Sarah, S. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga dan Place terhadap Minat Berkunjung di Floating Market Lembang*. 4(4), 5067–5074. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4281>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bintan. (2025). *Perkembangan pariwisata di Kabupaten Bintan Desember 2024* (Berita Resmi Statistik No. 01/02/2102/Th. V). <https://bintankab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/04/203/perkembangan-pariwisata-di-kabupaten-bintan-desember-2024.html>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuanlitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Dr.Ir.Sutopo (Ed.); 2nd Ed.). Alfabeta, Cv.
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). *Pengaruh citra destinasi , fasilitas , dan presepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara*. 4(1), 15–29. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>

- Sutiyadi, M., & Djunaid, I. S. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor*. 6, 1214–1228. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4811>
- Wibisono, M. R., & Arifiansyah, R. (2024). *Pengaruh E-Wom , Citra Destinasi , dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Mini Indonesia Indah*. 7(1), 67–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>

