

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, J., Sopingi, I., HI, S., Sy, M., Setiawan, B., & Sibua, N. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan mixed methode: buku referensi*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Abrori, F. (2020). *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*. Literasi Nusantara.
- Aidin, N. (2024). *Kajian Potensi Dan Strategi Pengelolaan Pariwisata Di Pantai Punagaang Kabupaten Kepulauan Selayar= Study Of Potential And Tourism Management Strategies On Punagaang Beach, Selayar Islands Regency*.
- Andina. S.A, dan Aliya. I. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan dalam Menganjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya Cakra Wisata*, 22(3).
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & Za, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, 2023*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VUZwV01tSlpPVlpsWIRKbmMxcFhhSGhEVjFoUFFUMDkjMyMwMDAw/luas-daerah-dan-jumlah-pulau-menurut-provinsi.html?year=2023>
- Bangun, V. T. B., Dirbawanto, N. D., & Siregar, O. M. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjang (Studi pada Pabrik Susu Berastagi). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6554–6560. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2845>
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjang Ulang Wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education. .

- Bolang, E., Mananeke, L., Lintong, D. A., Hendri Bolang, E., Mananeke, L., Ch Lintong, D. A., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). *The Influence Of Electronic Word Of Mouth, Location And Ticket Prices Towards Tourist Visiting Interest In Makatete Hill's Warembungan Village*. 9(1), 1360–1370.
- BPS Provinsi Jawa Barat. (2025). *Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2025*. BPS Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/d906b36c4b300ab77908dfe2/provinsi-jawa-barat-dalam-angka-2025.html>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Deutschland. <https://elibrary.pearson.de/book/99.150005/9781292400990>
- 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).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=KGNADwAAQBAJ>
- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(4). <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i4.18416>
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. uwa is inspirasi indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=OTQhEAAAQBAJ>
- Faradila, N. E., Krisdianto, D., & Widayawati, E. (2024). Pengaruh Promosi, Fasilitas, Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Banyuurip Mangrove Center Gresik). In *JLAGABI* (Vol. 13, Issue 2).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran, (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan (9th ed.)* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih. C.M, Johny A.F. Kalangi, & Lucky F. Tamangkal. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Bayungon Amurang . *Jurnal Produktivity*, 2(1).

- Hasibuan, M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Digital dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kelapa Pandan Wangi Labuhanbatu. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15478288>
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar social media marketing*. Elex media komputindo.
- Hidayati, D. N. (2023). *Pengaruh Harga, Daya Tarik, Fasilitas Terhadap Minat Wisatawan Purbasari Dengan E-Wom Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Masyarakat Purbalingga)*.
- Hutasoit, Y., Siagian, N., & Sinaga, K. (2025). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Rekreasi Alam Mayang Pekanbaru. *Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM)*, 5(2), 9–21.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*, 4(2).
- Judijanto, L., SSi, M. M., David Darwin, S. S., Reny Syafrida, S. S., Ferdianto, J., Ragil, C., Amir, A., Hum, S. S. M., Nurkukuh, D. K., & Nurhikmah Paddiyatu, S. T. (2025). *Pengantar Pariwisata*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Karini, R. A. S. R., Nu'man Isaeni, M., & Sukriadi, E. H. (2025). *Manajemen dan Pariwisata Pengaruh Pemasaran Digital Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lamajang Kabupaten Bandung (The Influence Of Digital Marketing And Facilities For Visiting Decisions In Lamajang Tourism Village, Bandung Regency)*.
- Kependudukan, B., & Nasional, K. B. (2023). BAB 4 Kerangka Berpikir Dan Kerangka Konsep. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, 73.
- Ki, C.-W. (Chloe), Cuevas, L. M., Chong, S. M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102133. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133>
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>

- Limbong, A. R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisata Lembah Pelangi Batam*. <http://repository.upbatam.ac.id/2781/>
- Majid, M. N. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Kampung Kopi Rigin Jaya di Lampung Barat)*.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Naimah, S., Azhad, N., & Yohanes, G. W. (2018). Analisis Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pie Susu Pada Pie & Co. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1), 19–28.
- Ningrum, S., Agus, M., Monoarfa, S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *JAMBURA*, 6(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksef Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal Of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Noftaruli, B., & Winata, E. (2021). Pengaruh Harga Tiket Masuk Dan Publisitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Tjong A Fie Mansion. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 3(2).
- Normalasari, J., & Syahmardi, Y. (2023). Minat Kunjung Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata yang Dimediasi oleh Electronic Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(1).
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata di Objek Wisata Telaga Ngebel. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6. (1), 40-47.

- Pradana, H. A. C., & Hadi, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Santa Cruz Pada Toko Sepeda Barokah Bike Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 81–84.
- Pramono, R. (2025). *Sosiologi Pariwisata Pascapandemi COVID-19*. Penerbit NEM.
- Pramono, R., Kristiana, Y., & Nathalia, T. C. (2025). *Perilaku Konsumen dalam Pariwisata: Analisis dan Tren Masa Depan*. Penerbit NEM.
- Pratiwi, E. A., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Visicom Led di Surabaya Barat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(9).
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial. *Bandung: CV Pustaka Setia*, 358(93), 25.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill Education New York, NY.
- Purwanto, N., & Budiyo, S. (2022). *Theory Of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word Of Mouth pada Konsumen Marketplace.: Vol. Vol. 11 (Issue 1)*. CV. Literasi Nusantara Abadi. doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0A
- Putri, I. S. A., Arifin, R., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Event Pariwisata, Digital Marketing, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Watukarung Kabupaten Pacitan. *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 4498–4506.
- Qodriyah, H. L., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2023). *Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena (Vol. 17, Issue 2)*.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5).

- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Fakto Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *JURNAL SIMETRIK*, 11(1).
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1).
- Sari, S. R., Rahman, A., & Fathurrohman, I. (2020). *Analisis Penurunan Minat Siswa di SMAN 3 Kepahiang*.
- Sedarmayanti, dkk. (2022). *Pembangunan Dan Pengembangan Pariwisata: Vol. Refika Aditama*.
- Solihah, P. M. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Customer Experince, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Curug Song Kalisalak Kabupaten Banyumas*.
- Strauss, Judy., Frost, Raymond., & Fox, A. K. (2019). *E-marketing* (8th ed.). Routledge.
- Suaidi, A. W., Purwanto, H., & Fatmala, I. A. (2024). *Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung (Studi Empiris Pada Wisata Danau Ngebel Ponorogo)*.
- Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.))*. Alfabeta.
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 36–46.
- Syamsul, T. D., Guampe, F. A., Amzana, N., Alhasbi, F., Yusriani, Y., Yulianto, A., Ayu, J. D., Widakdo, G., Virgantari, F., Halim, H., & Naryati, N. (2023).

Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Penerapannya. CV Tahta Media Grup.

- Tanjung, A, Surya Bintari, & Ergo Nurpatria. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-EKONMIKA*, 2.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=XQg_DwAAQBAJ
- Wani, I. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Destination Image Wisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata Ke Kota Banda Aceh*.
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 93–99. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i2.13>
- Widodo, S. (2021). *Pengaruh Efisiensi Harga, Promosi Online Dan Offline Terhadap Minat Berkunjung Di Jatim Park 3 Kota Batu Pada Era New Normal*.
- Wiwin, W. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan dalam Industri Pariwisata. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*.
- Wulandari, D. A., Riyanto, & Nugraha, A. E. P. (2023). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Harga Tiket, dan Pelayanan Objek Wisata Terhadap Minat Kunjungan ke Pantai Caruban Kabupaten Rembang. *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VIII*, 1295–1303.

UINSSC
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
 SYEKH NURJATI CIREBON