

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. (2021). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI KABUPATEN BANDUNG (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Beerli, A. & Martin, J.D. (2004). Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destination: A Quantitative Analysis – A Case Study of Lanzarote, Spain, *Tourism Management*, 25, (5), 623-636.
- Charli, Chintya Ones and Della Asmaria Putri. 2020. "Pengaruh Social Media Marketing , Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung." 9(2):40–48.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, h. 1115-1122.
- Chetthamrongchai, P. (2017). The Influence of Travel Motivation, Information Sources and Tourism Crisison Tourists' Destination Image, *Journal of Tourism & Hospitality*, Vol. 6, Issue 2, 6–11.
- Chris Heuer dalam Solis, (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web. New Jersey, Canada
- Coban S. 2012. "The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia". *European Journal of Social Sciences*. ISSN 1450-2267 Vol.29 No.2, pp. 222-232.
- Cooper, Donald R and C. William Emory. 1995. *Business Research Methods*. Chicago: Ricard D. Irwin, Inc
- Cross, Michael. (2013). *Social Media Security*. Syngress, Missouri.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- GERALDINE, Aprizeila Rizky; FAUZI, Rizal Ula Ananta; APRIYANTI, Apriyanti. PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA DUNGUS FOREST PARK DI MADIUN. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2022, 2.1: 106-118.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hailin Qu, Lisa Hyunjung, Kim, Holly Hyunjung Im. 2011. A model of destination Branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Original research Article Tourism Management*, Vol 32 Issue 3, 465-476.

- Hayuningtyas, D. M. (2021). *Pengaruh Promosi Berbasis Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Destinasi Telaga Ngebel Ponorogo* (Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta).
- Hicks, C. C., Levine, A., Agrawal, A., Basurto, X., Breslow, S. J., Carothers, C., Charnley, S., Coulthard, S., Dolsak, N., Donatuto, J., Garcia-Quijano, C., Mascia, M. B., Norman, K., Poe, M. R., Satterfield, T., Martin, K. S., & Levin, P. S. (2016). Engage key social concepts for sustainability. Science. <https://doi.org/10.1126/science.aad4977>
- Hidayatullah, Syarif, Irany Windhyastiti, Ryan Gerry Patalo, and Ike Kusdyah Rachmawati. 2020. "Citra Destinasi : Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Yang Berkunjung Ke Gunung Bromo." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 8(1):96–108.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT.Gramedia Widisarana Indonesia.
- Kerpen, Dave. (2011). *Likeable Social Media*. USA: The McGraw Hill companies.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, Jhon T. Bowen, and James C. Makens. (2006). *Marketing Hospitality and Tourism*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Lawson and Bovy, 1997 Fred Lawson, Manuel Baud-Bovy. "*Tourism and Recreation*." Boston. Massachusetts
- Listyawati, Indri Hastuti. 2019. "Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan." *Jurnal Manajemen Administrasi* VI(2):35–44.
- Maghpiroh, Aulia. 2017. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah
- Neti, Sisira. 2011. *Social Media and It's Role in Marketing*. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol. I Issue 2.
- Nifita, Ade Titi and Edy Arisondha. 2018. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN GEOPARK KABUPATEN MERANGIN." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 7:13–14.

- Oktafia, Sara and Yunita Budi Rahayu Silintowe. 2019. "Pengaruh Kelompok Sosial, Media Sosial, Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan." *Indonusa Conference on Technology and Social Science 2019* (November):357–63.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rodríguez del Bosque, I. A., San Martín, H., & Collado, J. (2006). The role of expectations in the consumer satisfaction formation process: Empirical evidence in the travel agency sector. *Tourism Management*, 27(3), 410–419. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.006>
- Sholikha, Elly Amalia and Sunarti. 2019. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanraia)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol 70(1):11–18.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjoko P. Warpani dan Warpani Indira P. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB Press
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(2), 1–10.
- Tasci, Asli D. A. and Metin Kozak. 2006. "Destination Brands vs Destination Images: Do We Know What We Mean?" *Journal of Vacation Marketing* 12(4):299–317.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. Tentang "Kepariwisataa". Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Daya Tarik Wisata.
- Wahid, Abdul. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami*. Skripsi.
- Waluya, Jaka. 2013. *Dampak Pengembangan Pariwisata*. REGION. Volume 5, Nomor 1
- Wicaksono, Muhammad Arif. 2017. "Media Social Instagram @Wisatadakwahokura Influence on Followers Intention To Visit." *Jom Fisip* 4(2):1–13.

Zaenuri, Muchamad. 2012. Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi. Jogjakarta: e-Gov Publishing