

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, Ardi Dwi. (2024). "Pengaruh Lokasi, Daya Tarik dan Promosi Media Sosial terhadap Kepuasan Wisatawan Pasar Keramat Pacet Mojokerto."
- Amalia, P. A. I. dkk. (2022). Pengaruh fasilitas dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan milenial di Paralayang Wayu, Sulawesi Tengah. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 10(2), 123–135.
- Apriliyanti, Ester, dkk. (2021). "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda." *Aneka Widya*, Volume 21, Edisi Khusus (hlm. 89-91).
- Arpan, Y. (2023). "Pengaruh *Destination Image*, *Social Media Marketing* dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat)." *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 561.
- Bedo, Gisela Roshe, dkk. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan *Social Media Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan *Jasa Event Organizer Family Production (FPRO)* di Pulau Flores Nusa Tenggara Timur Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(10), 1–21.
- Cooper, Chris. 2005. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pearson Education.
- Dewi, M. K. dkk. (2023). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis, Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Niaga*, 6(1), 55–66.
- Diadora, Madona, dkk. (2023). "Peranan Media Sosial Instagram terhadap Perkembangan *Digital Marketing*." 13–22.
- Fadila, Nur S. (2024). "*The Influence of Service Quality, Product Quality and Social Media Marketing on Sound System Customer Satisfaction (AR PRO Nganjuk Case Study)*." *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2, 506–517.
- Fakari, Rafiqi Dzil. (2023). "Pengaruh Daya tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan *Social Media Marketing* terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi: Wisatawan Desa Wisata Kemiren Banyuwangi)". Universitas Jember.
- Fauzi, Muh, & Andi Amri. (2024). "Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Social Media Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Cafe D'Japos* di Pasangkayu." *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 306–319.

- Ferdinand, Augusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guritno, Bambang, dan Krisnawati Setyaningrum Nugraheni. (2023). “Pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Candi Mendut Kabupaten Magelang.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 442–456.
- Hafidah, Siti, dkk. (2023). “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Hutan Mangrove Desa Penunggul Kecamatan Nguling Kabupaten Pasuruan.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 15–24.
- Hallo, Friskila, dkk. (2021). “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan (Wisata Tanjung Pejuang Desa Tuada).” *Jurnal Manajemen Sinergi*, 9(1), 40–49.
- Hanggraito, A. A., dkk. (2024). “Analisis Pengaruh Daya Tarik dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung B-Fest 2022 Kabupaten Banyuwangi di Masa Pemulihan Pandemi.” *Jurnal Sains dan Teknologi*, 6(1), 24–30.
- Hanifah, F. N., & Santoso, B. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Alam. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 112–123.
- Haryanti, Nik, dkk. (2023). “The Influence of Service Quality and Social Media Marketing on Consumer Satisfaction.” *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 2(2), 249–260.
- Jaya, Chairman Lawvandy & Mangihut Tampubolon (2023). “Pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Wrappers*, Medan.” *Jurnal Media Ekonomi*, 28(3), 118–127.
- Kasih, Deta Irama, dkk. (2024). “Impact of Social Media Marketing and Destination Image on Tourist Satisfaction Through Visit Decision as a Mediating Variable.” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 37-44.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke Tigabelas). Jakarta: Erlangga.
- Lokananta, S. R., & Ajeng Aquinia. (2023). “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan *Social Media Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi

- Kasus Pada Konsumen PT. Nasmoco Kaligawe Kota Semarang).” In *YUME: Journal of Management* (Vol. 6, Issue 2).
- Lubis, T. A. (2016). “Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi.” *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 163–174.
- Mangold, W. G. & Faulds, D. J. 2009. *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix. Business Horizons*, 52(4): 357–365.
- Mistriani, Nina, & Krisnawati Setyaningrum N. (2021). “Kajian Potensi Wisata Desa Kartikajaya Kabupaten Kendal dalam Penyusunan Model Daya Tarik Wisata Ekonomi Kreatif.” *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 26–35.
- Nurina, dkk. (2024). “Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Pesona Kumejing.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(3), 61-73.
- Nurmala, dkk. (2022). “Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Beach Lhokseumawe.” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2).
- Oliver, R.L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Pebrianti, Yulia, dkk. (2022). “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan (Survei pada Objek Wisata *Green Paradise* Kota Pagar Alam).” *Tourism Economics Hospitality and Business Management Journal*, 2(1), 23–38.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Pradiptarini, C. (2011). “*Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying The Target Market*.” *Journal of Undergraduated Research*, 14(1), 14–28.
- Prihanggara, Sebastinus dan Dadang Purwo Ari Widodo. (2024). “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Media Sosial, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Wisma Kung di Pohsarang Keddiri.” *Creative and Innovative Economy*, 1(2), 123-130.
- Purnamasari, Wayan dan Hepiana Patmarina. 2025. “*The Influence of Social Media Marketing and Customer Reviews on Nanailart Customer Satisfaction in Bandar Lampung*”, *The Eastasouth Management and Business*, 3(2), 394-404.

- Rahadi, D. R., & Z. (2017). "Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing." *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.
- Rahayu, Yuyu, dkk. (2022). "Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan Cititrans Bandung." *Bulletin of Management & Business*, 3(2), 441-453.
- Rinova, Dora. (2020). "Analysis of Tourist Attraction and Service Quality on Tourist Satisfaction", *Sustainable Development Goals (SDGs) Conference*, 145- 156.
- Sa'adah, Layli, dkk. (2023). "Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Lubang Kilat di Desa Riam Tinggi Kabupaten Lamandau." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(3), 63–76.
- Saputro, Eko W, dkk. (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 Geo Ekonomi*, 11(1), 2086–1117.
- Setiawan, M. Agung Syahputra, dkk. (2023). "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Kajoetangan Heritage Di Kota Malang." *Jurnal Tesla: Perhotelan - Destinasi Wisata - Perjalanan Wisata*, 3(2), 78–84.
- Simanihuruk, Maidar, dkk. (2018). "The Effect of Tourist Attraction Toward Visitor Satisfaction in Sindang Barang Cultural Village, Bogor Regency", *Tourism Research Journal*, 2(2), 2598-9839.
- Sitanggang, Elisabeth C, dkk. "Studi Literatur: Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Usaha."
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Butterworth-Heinemann.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism* (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tahir, Maria Yolenta dan Ety Istriani. (2020). "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta." *Proceeding SENDIU*, 502-509.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2020. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Triyono, Joko, dkk. (2018). “Pengaruh Daya Tarik dan Promosi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Kampoeng Wisata di Desa Melikan Kabupaten Klaten.” *Jurnal Kepariwisata*, 12 (1), 29-40.
- Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Utomo, Sulistyo Budi, dkk. (2024). “Pengaruh *Word of Mouth*, *Social Media Marketing* dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna iPhone.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(2), 1387–1393.
- Wijaya, B.S. & Wahyudi, A. (2020). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 12(3), 45-60.
- Yoeti, Oka A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Edisi Revisi). Bandung: Angkasa.

