

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim, A., dan Kusmanto, H. (2022). *Digital Marketing dalam era revolusi industri 4.0: Strategi dan implementasi pemasaran digital*. Deepublish.
- Agapito, D., Oom do Valle, P., dan Mendes, J. (2013). The Cognitive–Affective–Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis. *Journal of Travel dan Tourism Marketing*, 30(5), 471–481. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.803393>
- Angela Valentina permata pristifa, etikowati. (2025). *Jurnal pariwisata tourista*. 5(1), 26–31.
- Anoraga, P. (2000). *Psikologi kerja*. Rineka Cipta.
- Aprilia, D. (2017). *Analisis daya tarik wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Negeri Malang.
- Apriliyanti, R. (2020). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Kartini Jepara*. Universitas Negeri Semarang.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Armstrong, G., dan Kotler, P. (2020). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Ayu, J. P. (2021). *Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu*. 26(3), 223–232.
- Ayun Herawati, D. . S. W. 2025. (2025). *Ayun Herawati , Dr . Sigit Wibawanto Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis atraksi , motivasi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisata Pantai Menganti Kebumen . Responden pada penelitian ini adalah pengunjung wisata Pantai Mengan.*
- Basu, S., dan Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen* (Edisi revisi). BPFE.
- Candra, V. I. A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui Kepuasan Berkunjung. *PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG*.
- Chaffey, D., dan Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Chi, C. G.-Q., Ouyang, Z., Xu, X., dan Chen, W. (Will). (2018). Developing destination loyalty: The case of Hainan Island, China. *Journal of Hospitality dan Tourism Research*, 42(1), 3–25. <https://doi.org/10.1177/1096348015584449>

- Citra, D. A. N., Terhadap, D., dan Berkunjung, M. (2024). *PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN, DAYA TARIK WISATA*. 4(3), 285–302.
- Cronin, J. J., dan Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Echtner, C. M., dan Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37–48.
- Fajri, D. D. (2023). *WISATA DESA PESISIR LIYA ONEMELANGKA* ., 5(2), 83–90.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeltom, A. D. L., dan Hurriyati, R. (2024). *Destination Attractiveness and Visit Intention : Integrating Image , Cultural Experience , and Sustainable Practices in Tourist Decision- Making*. 2, 43–57. <https://doi.org/10.58229/jthtm.v2i1.308>
- Hermawan. (2023). Strategi pemasaran digital di era ekonomi kreatif. In *Pemasaran digital dalam praktik bisnis modern* (pp. 45–56). CV Media Sains Indonesia.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Alfabeta .
- Ismayanti. (2009). *Pengantar pariwisata*. Grasindo.
- Kim, E. Y. (2002). Consumer responses to online marketing: A study on interactivity and incentives in e-commerce. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 35–45. <https://doi.org/10.1002/dir.10031>
- Kotler, P., Bowen, J. T., dan Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.).
- Kotler, P., Kartajaya, H., dan Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W. (2001). *Marketing* (7th ed.). South-Western College Publishing.
- Lapian, M. R., Wowor, H., dan Kalalo, C. F. (2015). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 55–

- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., dan Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. John Wiley dan Sons.
- Lita, A. W., Rahmawati, D., dan Astuti, S. (2014). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan kepuasan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 1–9.
- Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Echtner, C. M., dan Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37–48.
- Fajri, D. D. (2023). *WISATA DESA PESISIR LIYA ONEMELANGKA* ., 5(2), 83–90.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeltom, A. D. L., dan Hurriyati, R. (2024). *Destination Attractiveness and Visit Intention : Integrating Image , Cultural Experience , and Sustainable Practices in Tourist Decision- Making*. 2, 43–57. <https://doi.org/10.58229/jthtm.v2i1.308>
- Hermawan. (2023). Strategi pemasaran digital di era ekonomi kreatif. In *Pemasaran digital dalam praktik bisnis modern* (pp. 45–56). CV Media Sains Indonesia.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Alfabeta
- Ismayanti. (2009). *Pengantar pariwisata*. Grasindo.
- Kim, E. Y. (2002). Consumer responses to online marketing: A study on interactivity and incentives in e-commerce. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 35–45. <https://doi.org/10.1002/dir.10031>
- Kotler, P., Bowen, J. T., dan Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.).
- Kotler, P., Kartajaya, H., dan Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W. (2001). *Marketing* (7th ed.). South-Western College Publishing.
- Lapian, M. R., Wowor, H., dan Kalalo, C. F. (2015). Analisis pengaruh daya tarik wisata

terhadap kepuasan wisatawan di Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 55–65.

Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., dan Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. John Wiley dan Sons.

Lita, A. W., Rahmawati, D., dan Astuti, S. (2014). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan kepuasan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis, 1 di Danau Toba*. Universitas Sumatera Utara.

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper dan Row.

Niken Herawati, aris hidayat, dewi atsuti S., Pada, K., dan Jasa, P. (2023). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 5(1), 5896–5900.

Nurbasari, A., Aribowo, A., Raihin, Y. O., Budiningsih, T., dan Morgan, G. (2024). *Analysis of Tourism Attraction , Analisis Daya Tarik Wisata , Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Wisatawan dan Keterlibatan Wisatawan , pada Minat Berkunjung Ulang ( Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Pulau Padar )*. VIII(2), 164–179.

Pamela, C. (2014). *Pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu*. Universitas Sebelas Maret.

Parastiwi, A. (2017). *Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Kabupaten Semarang*. Universitas Negeri Semarang.

Pitana, I. G., dan Gayatri, P. G. (2005a). *Sosiologi pariwisata: Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata*. Andi.

Pitana, I. G., dan Gayatri, P. G. (2005b). *Sosiologi pariwisata*. Penerbit Andi.

Prastowo, S. L., Manunggal, B., Islam, U., Yusuf, S., dan Tangerang, K. (2022). *Manajemen marketing jasa pendidikan di era digital*. 13(2), 45–57.

Prayitno, D., dan Ryanto, A. (2010). *Panduan analisis data statistik dengan SPSS*. Andi.

Putri, N. A. (2025). *BERKUNJUNG WISATAWAN KE GUNUNG BROMO The Influence Of Tourist Attraction And Motivation On The Decision To Visit Tourists To Mount Bromo*. 3(2), 68–73.

Qu, H., Kim, L., dan Im, H. H. (Annie). (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>

Rachmidiani, A. N., dan Edison, E. (2023). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN CITRA DESTINASI*. 8, 174–190. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.282>

- Rahmawati, D., Suryani, L., dan Prasetyo, R. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ulang di destinasi wisata budaya Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(3), 169–182.
- Ratnaningtyas, D., Widodo, A., dan Wulandari, R. (2023). Analisis pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Pariwisata*, 9(1), 42–55.
- Risdarani, Y., Dewi, N. M. S., dan Wulandari, N. L. (2021). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan Indonesia*, 5(2), 134–145.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi Offset.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach*.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Prenada Media.
- Setyo, E. (2016). *Pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap minat kunjung wisatawan di Pantai Parangtritis*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sondakh, F. (2016). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Likupang*. Universitas Sam Ratulangi.
- Statistik, B. pusat. (2024). *Perkembangan Pariwisata Oktober 2024*. 89, 1–24.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RdanD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Alfabeta.
- Sumiansi, N. M., Lestari, D. A., dan Pratiwi, I. N. (2025). Daya tarik wisata dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung wisatawan: Studi pada destinasi wisata alam di Bali Timur. *Jurnal Kepariwisata Nusantara*, 8(1), 22–35.
- Utari, A. (2016). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan di Kota Batu*. Universitas Negeri Malang.
- Wahyundaru, S. D., Islam, U., Agung, S., Indonesia, U. I., Kharisma, L. M., dan Parwati, K. S.
- M. (2024). *THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING ON TOURISM*. 2(10), 2906– 2919.
- Wahyuni, S., Raharjo, K., dan Aditya, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata alam di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, 5(2), 101–112.

- Wayan, N., Satyarini, M., Rahmanita, M., dan Setarnawat, S. (2017). *The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist Destination ( A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng , Bali , Indonesia )*. 1(1), 81–97.
- Wiranata, I., Suardana, I. W., dan Suardana, I. W. A. (2021). *Digital Marketing* sebagai strategi promosi pariwisata berbasis teknologi informasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 150–160. <https://doi.org/10.1234/jimb.v6i2.321>
- Wiratini, N. M. A., Putra, I. M. W., dan Astuti, N. N. S. (2018). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 123–132.
- Yansahrita, S., Putri, D., dan Hidayat, A. (2023). Penerapan *Digital Marketing* dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digitalisasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 4(1), 25–34.
- Yoeti, O. A. (2006). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa.
- Yoeti, O. A. (2013). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa.
- Zaenuri. (2012). *Pengantar pariwisata*. Universitas Negeri Semarang Press. Limited.
- Kotler, P., Bowen, J. T., dan Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th Edition). Pearson Education.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., dan Ritchie, J. R. B. (2018). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley dan Sons.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th Edition). Pearson Education.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Chaffey, D., dan Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th Edition). Pearson Educati