

DAFTAR PUSTAKA

- Charli, C. O. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*,
- Darmayanti, P. W., Oka, I. M. D., & Hidayana, F. F. (2023). PERAN DIGITAL MARKETING DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN TABANAN. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 3(2),
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*,
- Firmansyah, M. F., Maulana, H. Z., Azhari, S. C., & Efendi, M. F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Satisfaction Pada Minat Berwisata Sub Urban Kota Tasikmalaya: Apakah Promosi Sosial Media Mengubah Minat Generasi Z?. *Journal of Tourism and Creativity*
- Fitri, F. R., Februadi, A. C., Elisabeth, V., & Yuardani, A. M. (2023). The Influence of Instagram Social Media Marketing as a Promotional Means to Increase Intentions to Visit Tourist Destinations. *Journal Of Marketing Innovation (Jmi)*,
- Gustiani, M. (2018). Peran Electronic Word of Mouth Dalam Membangun Citra Destinasi Guna Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Suatu Destinasi Pariwisata. *Competence: Journal of Management Studies*,
- Hidayatullah, S., Tiyas, S. W., Alvianna, S., Sugeha, A. Z., & Rachmawati, I. K. (2021). Peran Mediasi Brand Images Pada Hubungan Antara Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wisatawan Yang Berbelanja Di Krisna Toko Oleh-Oleh Khas Bali). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(2),
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1),
- Johannes, Junaidi, Syaparuddin, & Yacob, S. (2020). Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi (8th ed.). Universitas Jambi.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2),
- Mandagi, D. W. (2023). Pemasaran media sosial, gestalt merek dan loyalitas pelanggan: studi empiris pada Tomohon International Flower Festival. *Manajemen Dewantara*, 7(1),
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, J., & Azhar, M. E. (2020). Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*,
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada destinasi wisata kuliner di kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*,
- Normalasari, N., Johannes, J., & Yacob, S. (2023). Minat kunjungan kembali wisatawan daya tarik wisata yang dimediasi oleh electronic word of mouth. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(01),

- Poluan, J., Mandey, S. L., & Massie, J. D. (2022). Analisis Digital Marketing Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Sulawesi Utara. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*.,
- Rahayu, R. M. P., & Juanim, H. (2023). *PENGARUH CITY BRANDING DAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA (Suatu survei pada Generasi Z yang belum pernah melakukan kunjungan ke Objek Wisata di Kabupaten Sumedang)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Rahmi, M. (2018). *PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA JAMBI PARADISE SEBAGAI WISATA UNGGULAN DI KOTA JAMBI* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta).
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Sandria, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Kampoeng Radja Di Kota Jambi. *Journal Development*
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2).
- Sari, U. P., & Bachri, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(3),
- Sepnadin, G. R. (2020). Analisis Manajemen E-Tourism Sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari.
- Sinatrya, B. Y., Ermawati, D., Ulfa, D. C., Dzikirullah, A., Haq, A. S., & Wulandari, F. (2022). Peran Citra Destinasi Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Halal Friendly Destination. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*
- SITORUS, A. I. S. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA ALAM SUMATERA UTARA.*
- Suandari, N. P. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2023). Peran Citra Destinasi Berkearifan Lokal Memediasi Atribut Destinasi dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*,
- 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*,
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata kabupaten kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Mosi, I. M. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1),

- Utama, I. P. H. B., & Giantari, I. G. A. K. (2020). *Peran Citra Destinasi Memediasi Pengaruh E-WOM Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali)* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Utomo, S. B. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2),
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*
- Yunus, M. (2021). Peran Citra Destinasi Terhadap Peningkatan Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Geopark Merangin. *Adil: Jurnal Hukum STIH YPM*,