

DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, E., & Yuan, J. (2022). Social Media Impact on Tourism Destination Decision: Evidence from International Students in China. *Open Journal of Applied Sciences*, 12(12), 2055-2080. <https://doi.org/10.4236/ojapps.2022.1212143>
- Ardiansyah, I. & Iskandar, H. (2023). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Jakarta. *An International Journal of Tourism and Education*, 7(2).
- Arisondha, E. & Nifita, A. T. (2018). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2). DOI: <https://doi.org/10.22437/jmk.v7i2.5490>
- Ashartono, R., Hayatri, M. A. S., Jannah, R., Kiswanto, A., Rohman, N. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung ke Gunung Api Purba Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2).
- Asyik, B., Deneski, E. M., & Zulkarnain. (2020). Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mutun. *Jurnal Penelitian Geografi* 8(1), 14-20.
- Buana, V. A., Haryandari, V., Sibarani, J. A., Sinaga, E. K., & Utami, D.D. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Motivasi Berwisata di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(2).
- Chavez, L., Ruiz, C., Curras, R., & Hernandez, B. (2020). The Role of Travel Motivations and Social Media Use in Consumer Interactive Behaviour: A Uses and Gratifications Perspective. *Sustainability*, 12(21), 8789. <https://doi.org/10.3390/su12218789>
- Çoban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. In *European Journal of Social Sciences* (Vol. 29, Issue 2). <http://www.europeanjournalofsocialsciences.com>
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah (2022). Draft Statistik Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), 36-337.

- Eviana, N. & Yosandri, B.J. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *An International Journal of Tourism and Education*, 7(1).
- Iqbal, M., Sahara, F. N. A., Sanawi, B. (2016). Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi pada Wisatawan Domestik di Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2).
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13, 845538. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Krisjanti, M. N. & Wangka, H. A. (2020). Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap Niat Mengunjungi Destinasi Wisata (Studi pada Studio Alam Gamplong). *MODUS*, 32(2). DOI: <https://doi.org/10.24002/modus.v32i2.3530>
- Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2020). The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tourist Studies*, 20(1), 27-48. <https://doi.org/10.1177/1468797619873107>
- Zakiyah, N. N., Gunawan, & Romadi U. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 145-156. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i1.970>
- Napu, D. M., Nurhidayat, W. & Rifai, M. S. A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung ke Kampung Karuhun. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12).
- P. Y. C. Poli., S. L. H. V. J. Lopian., S. S. R. Loindong. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 11(1), 821-832.
- Pitana, I G. & Gayatri, P. G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 821-832.

- Puspawigati, Ani. (2019). Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Pulau Harapan Kepulauan Seribu. *Jurnal Pesona Hospitality* 12(1).
- Putri, S. A. & Sophian, S. (2023). Dampak Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Berkunjung Halal Tourism Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 211-229.
- Rachmawati, S. & Ismayanti. (2006). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan Kalimantan Timur (Suei pada Followers Akun Instagram @ANJUNGANKALTIM). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), E-ISSN NO: 2829-2006.
- Rohmania, D. N. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan dan E-Wom Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 3(5), 821-832.
- Saputra, A. E. & Sari, R. E. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Motivasi Kunjungan Wisata ke Pulau Sirandah Padang. *Jurnal Polibisnis*, 10(1).
- Sari, T., Pradhanawati, A. & Pinem, R. J. (2021) Pengaruh Fasilitas , Electronic Word Of Mouth, Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30407>
- Suliyanto. (2008). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Tamtomo, H., & Putra, I. E. (2020). Pengaruh destination image terhadap motivasi berkunjung dan kepuasan konsumen. *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i1.575>
- Ummah, Z. A. & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Motivasi Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung Batu Night Spectacular. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45(1).
- Varga, I. E. & Gabor, M. R. (2021). The Influence of Social Networks in Travel Decision. *Artikel Sciendo NS Global Economics*, 9(2), 35-48.
- Yosandri, B. J. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogo. *Jurnal Eduturisma*, 7(2).
- Zakiah, N., Gunawan & Romadi, U. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(1).