

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. (2013). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus: Pada PT Hero gas jaya Ponorogo). *Jurnal STIE Dharma Iswara Madiun Ekomaks*, 2(1).
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan. Volume 22 Jilid 1 No 3 (2021), 30.
- Arininta, S., & Widiati, E. (2023). Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Museum Nasional Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran.
- Arumni, & Klementin. ( 2013). Minat berkunjung kembali wisatawan.
- Aso, M. T., Roedjinandari, N., Rachmadian, A., Setioko, D., & Sutanto, D. H. (2020). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN TERHADAP. *Jurnal Pariwisata – Vol. 1 No. 2 (2020) – ISSN : 2088-7825*, 19.
- Astini, R., & Sulistiyowati, I. (2015). Pengaruh *destination image*, travel motivation, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung (studi kasus pada wisatawan nusantara muslim di pantai carita pandeglang Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 96589.
- BAB II. Retrieved from <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2020/jiunkpe-is-s1-2020-31416039-46492-pengaruh-chapter2.pdf>

## BAB II

[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=Awr1TnxPcS11PrImNhDLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1697505744/RO=10/RU=http%3a%2f%2frepo.darmajaya.ac.id%2f5096%2f3%2fBAB%2520II.pdf/RK=2/RS=IETdMI\\_iMPpDgKU33JprBrIhd2Y-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1TnxPcS11PrImNhDLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1697505744/RO=10/RU=http%3a%2f%2frepo.darmajaya.ac.id%2f5096%2f3%2fBAB%2520II.pdf/RK=2/RS=IETdMI_iMPpDgKU33JprBrIhd2Y-)

## BAB III . METODOLOGI PENELITIAN

[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=Awr1TahERCJl2bc82g\\_LQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696773316/RO=10/RU=http%3a%2f%2ffetheses.uin-malang.ac.id%2f2094%2f7%2f08510046\\_Bab\\_3.pdf/RK=2/RS=onO80hJFZKR5J17ZPi5kpsfgENY-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1TahERCJl2bc82g_LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696773316/RO=10/RU=http%3a%2f%2ffetheses.uin-malang.ac.id%2f2094%2f7%2f08510046_Bab_3.pdf/RK=2/RS=onO80hJFZKR5J17ZPi5kpsfgENY-)

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS <http://e-journal.uajy.ac.id/11988/3/EM201162.pdf>

Basiya, & Rozak. (2012). Minat berkunjung Kembali.

Darwin Y. R., Novan A., Abdullah K. R. & Achmad Y. A. F. (2019), Pengaruh *Destination image* dan *Destination Branding* Terhadap Minat Berkunjung Desa Wisata Pentagen Jambi, Punya Taman Wisata Air. (n.d.). Retrieved from <https://pemilu.kompas.com/read/2022/09/14/140400227/desa-wisata-pentagen-jambi-punya-taman-wisata-air>

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 2.1.1. Pengertian - Kajian Terhadap Ruang Terbuka di Perumahan Terencana Kota Medan. (2023). Retrieved 12 June 2023, from <https://123dok.com/document/q51xm87y-tinjauan-pustaka--pengertian---perumahan-terencana.html>

- Baloglu, & Mccleary. (1999). Faktor yang mempengaruhi pembentukan citra destinasi.
- Gunarso. (2005). Minat.
- Garner. (1993). Lima faktor yang mempengaruhi pembentukan suatu *image destination*
- Hidayati, V. A., Handayani, B., & Saufi, A. (2022). Pengaruh Value Co Creation dan *Destination image* terhadap Kepuasan Wisatawan Muda dengan Memorable Tourist Experience sebagai Variabel Intervening pada Destinasi Halal di Pulau Lombok. *Empiricism Journal*, 3(2), 371-385.
- Nuraviva, L., Harsasto, P., & Alfirdaus, L. K. (2017). Penyandang Disabilitas Terhadap Pelayanan Publik di Kota Surakarta. *Journal of Politic and Government Studies*, 7(1), 1-10.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(01), 64-76.
- Harry. (2022). Taman Pertiwi, Desa Wisata Unggulan di Kabupaten Kerinci. Retrieved from <https://venuemagz.com/destination/taman-pertiwi-desa-wisata-unggulan-di-kabupaten-kerinci/>
- Herupitra. (2021). Menelusuri Peninggalan Belanda di Pentagen Kerinci, Dulu Nekat ke Lokasi Hilang Tak Kembali. Retrieved from <https://jambi.tribunnews.com/2021/10/05/menelusuri-peninggalan-belanda-di-pentagen-kerinci-dulu-nekat-ke-lokasi-hilang-tak-kembali>

- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 33-37.
- Ke Wisata Bahari Jawa Timur, PROSIDING SENAMA 2019 “Potensi Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia”, 1-1.
- Lestari, S., Yunita, I. K., & Prabowo, T. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan).
- Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi dan Tujuan - Deepublish Store. (2023). Retrieved 6 June 2023, from <https://deepublishstore.com/blog/materi/manajemen-pemasaran/>
- Minat Kunjung - : KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIS. (2023). Diakses 6 Juni 2023, dari <https://123dok.com/article/minat-kunjung-kajian-pustaka-dan-landasan-teoritis.y4j5drky>
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 152-164.
- Ningtyas, I. N., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI

KAWASAN BALKONDES BOROBUDUR. *Pariwisata*, Vol. 9 No. 1 April 2022, 30.

Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI KAWASAN BALKONDES BOROBUDUR. *Pariwisata*, Vol. 9 No. 1 April 2022.

Pradana, T., & Purba, A. S. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan , Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Gunung Dago, Bogor. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 275-288.

Rahadi, D. R. (2017). Sosial media marketing dalam mewujudkan E-marketing. *KNTIA*, 4.

Redaktur. (2019). BUMDes Taman Pertiwi Desa Wisata Pentagen Terus Dikembangkan. Retrieved from <https://www.metrojambi.com/peristiwa/13521114/BUMDes-Taman-Pertiwi-Desa-Wisata-Pentagen-Terus-Dikembangkan>

Riadi, M. (2023). Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing). Kajian Pustaka.

Rosalinda, T. I., & Budaya, I. (2021). PENGARUH DAYA TARIK, FAKTOR BUDAYA, DAN AKRSRBILITAS TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN LOKAL KE OBJEK WISATA DANAU KACO KABUPATEN KERINCI (Studi Kasus Warga Desa Jujun). *KOLEKTIVITA*, 4(2), 100-109.

- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh , amenitas, dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic, 1*(2)
- Rustan. (2008). Minat.
- Saway, W. V., Alvianna, S., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya, 6*(1), 1-8.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand *Image*. Volume 4 Issue 1 (2021) Pages 315 - 330 , 319.
- View of PENGARUH FASILITAS PERPUSTAKAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KINERJA PUSTAKAWAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG MASYARAKAT. (2023). Retrieved 6 June 2023, from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28277/12384>
- Zulfikar, A. R. (2017). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND TRUST PADA FOLLOWERS INSTAGRAM DIMPET DHUAFA CABANG YOGYAKARTA. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam, 1*(02), 279-294.