

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- FKIP Universita Pasundan. (2024). Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi Mahasiswa (VI). Perpustakaan Nasional.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (X). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://id.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Mamahit, A. Y. (2017). Metode Penelitian (A. Rahman (ed.); Pertama). [https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi\\_Penelitian/sj04EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian/sj04EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Nugraha, B. (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik (M. A. Susanto (ed.); Pertama). Pradina Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=PzZZEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Riduwan, & Sunarto. (2019). Pengantar statistika untuk penelitian : Pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis (10th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (27th ed.). CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. dan R&D (Sutopo (ed.); 28th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta

### Sumber Jurnal

- Apriliani, D. U., Kartika, S. E., & Nadiya, A. A. (2023). Pengaruh digital marketing, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Batrisyia Herbal. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 470–479.
- Amelia, R. (2020). Standar CHSE Bangkitkan Pariwisata dan Ekonomi Indonesia. Diakses dari <http://rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php/2020/12/04/standar-chse-bangkitkan-pariwisata-dan-ekonomi-indonesia/>
- Arininta, S., & Widiati, E. (2023). Penggunaan Instagram dalam meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan pada Museum Nasional Indonesia. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 334–341.
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi, N. (2020). Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1880–1887.
- Astari, N. W., & Herlambang, P. G. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Hotel Dante di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 5(1), 72–79.

- Fuady, I., Ramadhan, T., Sunarya, M. A., & Hisyam, G. (2020). Hubungan Terpaan Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Objek Wisata Citumang. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 44–51.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, H. S. (2021). Peran digital marketing terhadap minat berkunjung wisatawan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Garut: Store atmosphere variabel moderating. *Jurnal Algoritma*, 18(2), 424–432.
- Haryati, T., & Wahid, J. (2018). Pengaruh city branding “Beautiful Malang”, citra kota, terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 5(2), 123–132. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>
- Limbong, E. O., Erida, & Bhayangkari, S. K. W. (2025). Pengaruh pariwisata film terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata Danau Toba di mediasi motivasi: Penelitian kasus film "Ngeri-Ngeri Sedap". *Jurnal Dinamika Manajemen*, 13(1), 48–54.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh desain interior dan kualitas pelayanan terhadap minat pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Manajemen dan Bisnis Indonesia (MBI)*, 17(5), 795–803.
- Sugiharto, T., Nersiwad, & Kasnowo. (2022). Pengaruh digital marketing Instagram dan cafe atmosphere terhadap minat kunjungan pada Cafe Gartenhutte Trawas-Mojokerto. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3135–3142. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran usability website e-commerce Sambal Nyoss menggunakan metode skala Likert. *Compiler: Jurnal Teknik Informatika*, 7(1), 54–59.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Widyanto, A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap minat berkunjung dan dampaknya pada keputusan berkunjung (Studi pada pengunjung Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45(1), 94–98.