

DAFTAR PUSTAKA

- Charli, C. O. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra destinasi Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40-48.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).
- Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, (Yogyakarta : Andi Offset, 2002), h. 43-45
- Helianthusonfri, J. (2019). Belajar Social Media Marketing. Elex Media Komputindo
- Iblasi, W. N., Bader, D. M., & Al-Qreini, S. A. (2016). The impact of social media as a marketing tool on purchasing decisions (Case study on SAMSUNG for electrical home appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research*, 4(1), 14-28.
- 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), 30-36.
- 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.
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. In *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA* (pp. 1151-1160).
- Mileva, L., & Fauzi DH, A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 181-189.
- Nadda, V. K., Dadwal, S. S., & Firdous, A. (2015). Social media marketing. In *Handbook of Research on Integrating Social Media into Strategic Marketing* (pp. 359-379). IGI Global.
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).

- Nirwana, Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa, (Malang : Dioma, 2004), h. 47.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., dkk, (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 269-278.
- Priliana, V. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Intention To Visit Wisatawan Muslim Pada Destinasi Wisata Halal Di Indonesia. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Safitri, T. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Batam City Hotel* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Objek wisata lembah pelangi memiliki destinasi wisata yang bagus 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), 1049-1056.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563-1571.
- Setyawan, A. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi dan Ksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung (Studi pada Objek Wisata Dusun Semilir Bawen)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Suandi. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (JIASK)*, Volume 1(1), 13–22.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sumayang, Lalu. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Salemba Empat, 2003.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 146-156.
- Tracy L. Tuten. (2020). *Social Media Marketing* (4th editio). SAGE Pulications Ltd.
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185-198.