

DAFTAR PUSTAKA

- Adzra Muthi'ah Hafizhah, Beta Budisetyorini, & Sumaryadi. (2022). Influence of Social Media Marketing on Tourist Visit Intention To Pari Island, Thousand Island. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 1(01), 32–41. <https://doi.org/10.34013/ijscot.v1i01.768>
- Afandi, M. L., Wibowo, J., Candraningrat, C., & Supriyanto, A. (2023). Analisis Hubungan Atribut Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Malioboro. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 6(2), 89–97. <https://doi.org/10.32528/sw.v6i2.1200>
- Agatha, F., Putra, Y. P., & Utami, S. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Wisata , Fasilitas , Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Pasir Putih Karanggoso Kabupaten Trenggalek*.
- Akhirson, A., Dana Jaya, I., Kowanda, D., & Fandini, H. I. (2023). Analisis Digital Marketing (Facebook) Sebagai Sarana Promosi Objek Wisata Situs Gunung Padang. *UG Jurnal*, 17(5), 40–50.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. 22(3), 27–38.
- Ardinata, P. R., Susanti, R., & Rahmat, K. H. (2023). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat. *Jurnal ALTASIA*, 5(1).
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing , Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung*. 9(2), 40–48.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Fakari, R. D., Khristianto, W., Poernomo, D., & Suhartono. (2023). *Tourist Satisfaction: The Influence of Tourist Attractions, Tourist Facilities, and Social Media Marketing* (Vol. 1, Issue Osc). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-290-3_12
- Fitriana. (2024). *MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK POLA KOMUNIKASI DAN PEMIKIRAN GENERASI Z: TINJAUAN EMPIRIS TIGA TAHUN TERAKHIR*. 6(2), 89–98.
- Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., Yoris, J., Ilmu, S., Fisip, K., Kristen, U., & Maluku, I. (2024). *PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW PADA STUDI KASUS DI INDONESIA*. 6(2).
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i3.1226>
- Gulo, D. K., & Anwar, S. (2023). *Analisis Pengembangan Objek Wisata Goa Togindrawa di Desa Lolowonu Niko ' otano Kota Gunungsitoli*. 7, 22878–

22887.

- Indy, R. (2019). Peran Pendidikan Dalam Proses Perubahan Sosial Di Desa Tumulung Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*, 12(4), 1–18. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/25466>
- Jacob, R. A., Tangdialla, R., & Palimbong, S. M. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Toraja Utara*.
- Krimayanti, K., Maryani, E., & Somantri, L. (2019). Pengaruh Faktor Geografi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 67. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.49>
- Kurniasari, K. K., Hidayah, A. N., & Ilmawan, K. F. (2023). Analisis Perubahan Perilaku Wisatawan Post Era Pandemi COVID-19 Sebagai Strategi Pariwisata Berkelanjutan. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(2), 108–120.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Murti, N. W., Riyanto, B., & Itasari, A. A. (2024). *Pengaruh Electronic-Word Of Mouth (E-Wom) Pada Media Sosial Instagram Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Objek Wisata Kemuning Sky Hills)*. 11, 37–46.
- Nasyifa, N., & Suyono, S. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Setigi Gresik. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(3), 251–256. <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i3.16001>
- Nugraha, R. N., & Virgiawan, F. (2022). Pengembangan daya tarik wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6).
- Nugraha, R. N., & Mawo, M. L. (2023). Daya Tarik Wisata Taman Ismail Marzuki Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 236–240. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57955>
- Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). *MEDIA SOSIAL(DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA*. 3(6), 2713–2724.
- Reyhan, M., & Suryanto, P. (2021). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT*.
- Rezki, N. A., Naryoso, A., & Pradekso, T. (2024). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN TINGKAT STRES Anisa. *Undip.Ac.Id*, 12(2), 79-88.
- Ridwan, M. (2012). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. PT. SOFMEDAN.
- Salsabila, T. A., & Wibawa, A. P. (2023). *Peran dan Pemanfaatan Media Sosial di Era Society 5 . 0*. 2(9), 416–421. <https://doi.org/10.17977/um068v1i92022p416-421>

- Samosir, D. K. dan I. K. (2025). *samosirkab*. <https://samosirkab.go.id/geografis/>
- Sangaji, N. Y., Herman, H., & As'ad, I. (2022). Analisis Pengguna Facebook Terhadap Objek Wisata Di Maluku Tengah Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor. *Buletin Sistem Informasi Dan Teknologi Islam*, 3(3), 196–202. <https://doi.org/10.33096/busiti.v3i3.1329>
- 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. 12(2), 582–601.
- Silalahi, O., Nisa, J., & Vanhurk, H. (2024). PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SAMOSIR INDAH TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM MEMPEROLEH INFORMASI TENTANG SAMOSIR. 8(1), 1–13.
- Sinaga, M. S., & Siregar, E. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan melalui Minat sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus : The Kaldera Toba Nomadic Escape Desa Sibisa , Kabupaten Toba). 8(1), 15999–16022.
- Siregar, N. I., Zulfiningrum, R., & Hapsari, S. A. (2023). Pelatihan Pembuatan Video Storytelling Melalui Media Sosial Tiktok Terkait Produk Makanan Lokal Di Desa Wisata Karangrejo. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 879. <https://doi.org/10.62411/ja.v6i3.1422>
- Sirojuddin, A. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT WISATAWAN (Studi atas Akun Instagram @lahatpedia sebagai Media Informasi Objek Wisata di Kabupaten Lahat).
- Sitompul, S. S. (2021). *The Potential Development of Pandua Beach Tourism Objects in Nainggolan District Samosir Kabupaten Regency*. 1(2), 191–206.
- Utami, R., Saragih, N. M., Syahputra, F., Ummi, K., Winanjaya, R., Manurung, M., Manajemen, A., & Polibisnis, K. (2024). *Perkembangan Teknologi Informasi dalam Sistem Informasi Manajemen di Bidang IT Development of Information Technology in Management Information Systems in the IT Sector Universitas Potensi Utama , Indonesia Alamat : JL KL Yos Sudarso Km 6 , 5 No 3A Tanjung*. 2(1).
- Verna, F., Wayan, N., Sari, M., Yani, A., Sutiarto, M. A., Angelina, M., Beribe, S., Noor, A. A., & Yap, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Babi Guling Pan Ana. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(2), 141–149.
- Wibowo, M. S., Novry, H., Paninggiran, K., & Heptanti, U. (2023). *Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal*. 608–616.
- Wiltshier, P. (2011). Religious tourism. *Research Themes for Tourism*, 0(0), 249–265. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2423168>
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review)*. 1(1), 14–27.