

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, D., Amir, I. T., & Atasa, D. (2023). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Informasi pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Karanganjara Koffieplantage. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3531-3538.
- Akbar, S. S., & Darmaputra, M. F. (2022). Pengaruh Periklanan, Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen UMKM Ikan Asap Demak). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 177-184.
- Aswin, A., Rafiq, M., Pratama, Y. A., & Septiana, R. (2022, August). Perilaku Online Impulse Buying pada Marketplace Shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 81-90).
- Dewi, D. M., & Wulansari, I. Y. (2020). Kontribusi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Peningkatan Nilai Tambah Sektor Pariwisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 3(2), 13. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v3i2.153>
- Dewi, K. (2019). Pengaruh Produk Wisata dan Kebijakan Harga terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Media Wisata*, 17(2), 90–102. <https://doi.org/10.36276/mws.v17i2.171>
- Dewi, N. P. D. M., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. S. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, dan Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman di Padma Resort Legian. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 86-93.
- Efrenza, M. A., & Maarif, M. S. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Sumur Putri di Kecamatan Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 4(1). <https://doi.org/10.57084/bej.v4i1.1069>
- Hanafiah, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(3), 247-264.
- Harahap, S. A., & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara ke kotagede. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(1), 9. <https://doi.org/10.24843/jkh.2020.v04.i01.p02>
- Hardiyannah, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, M., & Marhamah, S. (2023). Pengaruh

content marketing, sales promotion, personal selling dan brand image terhadap minat beli pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research*, 1(2), 75-92.

Kotler, P. (2013), *Manajemen Pemasaran Dengan Pemasaran Efektif Dan Pofitable*, Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia Pusat Utama

Lutur, N. (2020). Promotion and Quality of Service With Interests To Visit Tourist Objects: Systematic Search. *EUREKA: Social and Humanities*, 2(2), 3–7.
<https://doi.org/10.21303/2504-5571.2020.001168>

Maulana, A., & Mulyana, M. (2020). Analisis pengaruh public relation dan sales promotion terhadap minat beli pada produk Starbucks di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 47-64.

Munawwaroh, P. R. (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram@ Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *Jom Fisip*, 5 (1), 1–13.

Paramita, Selvi. (2019). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Slanik Waterpark Lampung. *Skripsi*. IIB Darmajaya

Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh iklan, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 425-436.

Pricillia, P., & Tumbuan, W. J. (2019). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Kupa-Kupa Beach Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).

Putri, S. M., Setioko, D., Lasarudin, A., & Sandubaya, G. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Tamu Berkunjung Kembali Harris Hotel & Conventions Malang. *Jurnal Tesla: Perhotelan - Destinasi Wisata - Perjalanan Wisata*, 2(2), 53–61.
<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt>

Ramdhan, M.A, (2023). Peran Moderasi Status Pengguna Dalam Pengaruh Iklan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Aplikasi Spotify. *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar.

Ramadhani, L., Kurniawati, M., & Rahayu, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Website Dan Dimensi Kepribadian Big Five Terhadap Pembelian Impuls Online Dengan Promosi Penjualan Sebagai Variabel Moderasi “Studi Pada Shopee”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 120-132.

- Sambawa, W.M Fahta. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Ke Pulau Tegal Mas Kabupaten Pesawaran Lampung. *Skripsi*. IIB Darmajaya
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tapia, G. P. (2017). The role of familiarity in the destination image: A case study of South Korea. *European Journal of East Asian Studies*, 16(2), 296–316. <https://doi.org/10.1163/15700615-01602006>
- Tulis, C., & Wijaya, L. S. (2019). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kepulauan Talaud-Sulawesi Utara. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5(1), 107-117.
- Wahyudi, W., & Herlan, M. (2021). Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang - Banten. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 356. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p14>
- Walujan, V., Mandey, S. L., & Samadi, R. L. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Terhadap Niat Beli Produk Indosat Masyarakat Di Desa Tulap Kecamatan Kombi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 580-589.