

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150.
- Alfirahmi, A., & Rizky, N. K. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pengunjung Wisata Atlantis Water Adventure Ancol Di Jakarta Utara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 682–690.
- Alpiannoor, M. A., Mawardi, K., & Sanawiri, B. (2017). Pengaruh City Branding Serta Tagline “Kediri Lagi” Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Kabupaten Kediri. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44(1).
- Alvianna, S. (2017). Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Wisata Ke Gunung Bromo. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 10.
- Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Harga Layanan dan Kepuasan terhadap Kesetiaan Usia Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Media Wisata*, 18(1), 69–80.
- Anugraheni, D. N. N., & Astutiningsih, S. E. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 di Agro Belimbing Moyoketen Tulungagung. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 77–93.
- Armstrong, G. (2009). *Marketing: an introduction*. Pearson Education.
- Diansyah, D., & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2).
- Duari, Ip. H., & Halouvin, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi Ekowisata Hutan Mbeliling Manggarai Barat Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Media Wisata*, 16(1).
- Hanifah, H. S. (2021). Peran Digital Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Garut: Store Atmosfer Variabel Moderating. *Jurnal Algoritma*, 18(2), 424–432.
- Hidayatullah, S. (2019). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online*.
- Jayani, D. H. (2021). Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266, 3 Triliun pada 2020. *Databoks. Diakses Dari <https://Databoks>*.
- Koesno, D. A. (2020). Jumlah pelanggan e-commerce tercatat meningkat 38, 3%

selama pandemi. *Diambil Kembali Dari Tirto. Id: <https://tirto.id/jumlah-pelanggan-e-commerce-tercatat-meningkat-383-selama-pandemi-fl1eP> Website: [www. Fe. Unisma. Ac. Id](http://www.fe.unisma.ac.id) (Email: [E. Jrm. Feunisma@ Gmail. Com](mailto:E.Jrm.Feunisma@gmail.com)).*

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, G., & Piercy, N. (2017). *Principles of marketing (Seventh European edition).* United Kingdom (GB): Pearson Education Limited.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.*

Larasati, V., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap minat beli produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–40.

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).

Nuseir, M. T., Arora, N., Al-Masri, M. M. A., & Gharaibeh, M. (2010). Evidence of online shopping: A consumer perspective. *International Review of Business Research Papers*, 6(5), 90–106.

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27.

Rais, S. (2021). Pengembangan Wisata Agro Perkebunan Kopi Berbasis Masyarakat di Nagari Lasi Kecamatan Canduang Kabupaten Agam. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 5(2), 136–150.

Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 59–70.

Rosyida, A. (2021). Pengaruh Integreted Marketing Communication Terhadap Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Wisata Kandang Sapi Wonosalam Jombang). *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 161–170.

Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie.* Riau University.

Suparnoto, R. F., & Setiobudi, A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Havermood. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5), 404–412.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.

Wicaksono, M. A., & Romyeni, R. (2017). *Pengaruh media sosial instagram@ wisatadakwahokura terhadap minat berkunjung followers*. Riau University.

Yasmin, Y. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Event Olahraga Indonesia Sport Expo & Forum 2019. *Jurnal Ilmu Keolahragaan*, 19(2), 174–181.

Zakiah, N. N., & Romadi, U. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kopi Taji Lereng Bromo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 145–156.