

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. (N.D.). *Jolotundo Berawal Dari Lima Tenda Glamping Hingga Jadi Magnet Wisata Nganjuk*. Retrieved April 26, 2025, From <https://srtv.co.id/2025/04/jolotundo-berawal-dari-lima-tenda-glamping-hingga-jadi-magnet-wisata-nganjuk/>
- Ageng, K. S., & Hilmi, A. K. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan*. 2(2), 198–208.
- Andri', K., Forsia, L., & Hery, N. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Andriani, Kusumawati Et Al., N. D. (2016). *Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)*. 38(1), 44–52.
- Ageng, K. S., & Hilmi, A. K. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan*. 2(2), 198–208.
- Andrayani. (2025). *Pengaruh Content Marketing, Social Media Engagement, Dan User-Generated Content Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tranding Camp Sikabung-Kabung Kecamatan Kutalimbaru Dengan Kepercayaan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening*.
- Andreas, A., & Tunjungsari, H. K. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i1.2791>
- Anggraeni. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Social Media Engagement, Dan Customer Trust Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen)* (Vol. 2).
- Anita, Y. Citra. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Daya Tarik Wisata, Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Loyalitas Wisatawan Di Objek Wisata Depati VII Coffe*. *Indonesian Research Journal On Education Web*., 4, 550–558.
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2023). *Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk Umkm Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat*. 7(2), 184–192.
- Ayesha, I. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*.
- Bhirawa, R. (N.D.). *Jolotundo Park Kabupaten Nganjuk Tawarkan Harmonisasi Dengan Alam*.

- Budjana, Sucandrawati, & Indiani. (2026). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Daya Saing Desa Wisata Sidan. *Ekuielmi: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(3), 2614–7181. <https://doi.org/10.36985/Y5xhfq13>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2022.V6.I2.5205>
- Eni. (2020). The Importance Of *Digital Marketing*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Number Mi).
- Erny, R., Indryastuti, K., Abror, M. D., Pramono, T., Magister, P., Publik, A., Ilmu, F., Politik, I., Publik, P. A., Ilmu, F., Politik, I., & Kadiri, U. (2024). *Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Selingkar Wilis Kabupaten Nganjuk*. 01(01), 78–86.
- Firdaus, H. N., & Martadi. (2021). *Analisis Konten Visual Post Instagram Rilis Dalam Membentuk*. 2(2), 121–134.
- Fristiandi, Werleam Ihsan, Sulistia Engla, & Yeni Anita Citra. (2025). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Di Kota Padang*. 9, 5659–5669.
- Ghozali. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi*.
- Greatnusa. (2023). *Social Media Engagement Adalah: Arti, Cara, Dan Fungsinya*. <https://www.greatnusa.com/article/social-media-engagement-adalah>
- Hanif, Kusumawati, & Mawardi. (2018). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 38(1), 44–52.
- Harahap Nursaidah, & Nasution Lukman. (2021). Pengaruh Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Bps Kota Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 29–39.
- Hastuti, L. I., & Andri Wulandari. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 37–43. <https://doi.org/10.54131/Jbma.V9i1.136>
- Hernaldi, A., Siahaan, & Sinthon. (2023). Pengaruh Social Media Customer Engagement, Citra Merek, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Raja By Moja Museum Jakarta. *Jurnal Human Capital Development*, 10(3), 1–18. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/hcd>

- Husnul, K., Ridwan.M, B., & Tri, R. S. (2025). *Pengaruh Strategi Content Marketing , Engagement Media Sosial Dan Cusstomer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E- commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma) Universitas Islam Malang Abstract The. 14(01), 293–302.*
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25.*
- Imam Herdin, Ningrum Kusuma Nonik, & Hutami Hatmani Tria Lusia. (2025). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Loyalitas. Volume 10,. Http://Jurnal.Stkippersada.Ac.Id/Jurnal/Index.Php/Jpe*
- Indri Wardani Kusuma, Zulistiani, & Susi Damayanti. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri. 2, 116–125. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.29407/Qzqq227*
- Johanes, R., & Takari, D. (2024). *A Review Of The Tourist Industry ' S Role In Indonesia ' S Gdp Growth. 10(1), 8–17.*
- K. Wisnubroto. (2025). *Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi. Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi.*
- Kadek, L., Martini, B., Widiastuti, N. P., Sri, K., Prabawathi, W., & Runata, T. B. (2023). *Digital Marketing Dan Peranan Electronic Word Of Mouth Serta Inovasi Produk Pariwisata Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Wisatawan Di Museum Geopark. 4(2), 112–124.*
- Karna, & Lestari. (2026). *Pengaruh Digital Marketing Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ke Tasta Zoo. Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 6(1), 119–130. Https://Doi.Org/10.37481/Jmeh.V6i1.1759*
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. 1, 78–88.*
- Komalasari, Pebriangga, A., & Mas Oetarjo. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing.*
- Kusumawati Et Al., N. D. (2016). *Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). 38(1), 44–52.*
- Lesmana, R., & Hasbiyah, W. (2019). *Model Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan. 2(1), 36–47.*
- Listyawati. (2019). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. Vi(2), 35–44.*
- Luh, N., & Laksmi, K. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Persepsi Nilai Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Milenial*

Mancanegara Di Bali. 6(1), 49–55.

Mahaditha, P. R. S., Sihombing, I. H. H., & Darmawijaya, I. G. (2025). Loyalitas Pelanggan Hotel Generasi Z Di Seminyak, Bali: Peran Customer Relationship Management, *Social Media Engagement*, Dan Trust. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(4), 2614–2627. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i4.4580>

Maharani, & Wijayanti. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 189–192.

Mardhova, R., & Siahaan, S. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan. *Panorama Nusantara*, 19(1), 1–13. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/Panorama>

Maulana, D. (2023). *Eksplorasi Alasan Kunci Sukses Social Media Influencer Bisnis Dan Pemasaran Di Indonesia*. 3, 33–46.

Mulyana, Arisman Ari, & Pauzy Muhamad Depy. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran)* Aris Sandi Krisna Mulyana Depy Muhamad Pauzy. 1(4), 136–153. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.355>

Naimah, & Nugroho. (2017). Pengaruh *Digital Marketing*, Produk Wisata, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Wisata Klayar Di Kabupaten Klayar). *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4, 1–20.

Nasarudin, Zulfi, & Asriati, N. (2024). *Kontribusi Pariwisata Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Mewujudkan Ekonomi Berkelanjutan*, Universitas Tanjungpura Pontianak. 4(3), 703–711.

Nur, A. R., & Kussudyarsana. (2025). *Pengaruh Sosial Media Engagement, Persepsi Kualitas Produk, Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Produk Fashion Tik Tok Shop*. 8, 132–145.

Oktarima, F. N. (2021). Pengaruh *Social Media Engagement* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Baru Di Karanganyar). *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 8(1), 132–145.

Priyono. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi Dki Jakarta*. 6(1), 1–12.

Putrama Arifrahman, Zulistiani, & Poniran Yudho Leksono. (2025). *Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Di Toko Swalayan Permai Baru*. 4, 930–937.

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Cefxdukaaaaj&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=Cefxdukaaaaj:Abg-Dnofyzgc

- Putri, F. R., Vhatika, I., Yanto, H., Zukhrufa, N., & Panorama, M. (2021). *The Influence Of Tourism On Economic Growth In Indonesia Year 2019-2021 Pengaruh Pariwisata Terhadap Petumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2019-2021*. 2(1).
- Rachmalia, M. (N.D.). *Sensasi Glamping Dan Outbound Seru Di Jolotundo Edupark Nganjuk*.
- Redaksi. (2025). *Jolotundo Berawal Dari Lima Tenda Glamping Hingga Jadi Magnet Wisata Nganjuk*. https://sejahtera.co/2025/05/01/jolotundo-berawal-dari-lima-tenda-glamping-hingga-jadi-magnet-wisata-nganjuk/?utm_source=.com
- Rembet, J. E. S., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. R. (2024). Pengaruh *Social Media Engagement* Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Impulse Buying Dengan Brand Love Sebagai Variabel Mediasi Pada Pakaian Import Bangkok Di Platform Facebook. *Jurnal Emba*, 12(3), 1511–1522.
- Rina, S. (2024). *Model Tourist Loyalty Berbasis Brand Awareness Di Destinasi Wisata Perkotaan* (Vol. 2).
- Rinaldi, R. (2025). Analisis Konsep, Jenis, Dan Kelayakan Instrumen Penelitian Pendidikan. *Qazi : Journal Of Islamic Studies*, 2(1), 225–232. <https://doi.org/10.61104/Qz.V2i1.279>
- Rudi, H., Arief, S., R., N., I, M. A. G., & Aat, N. R. (2024). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review*. 08(02), 1–10.
- Saragih, Nurnabila, & Mardayanti. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing, Content Dan Online Review Terhadap Loyalitas Pengunjung Kebun Binatang Rzo & Park*. 41–58.
- Savitri. (2023). Place Attachment Dan Loyalitas Wisatawan: Suatu Tinjauan Literatur. *Journal Article // Bullet : Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2, 1200–1208.
- Setiawan, D., Yulianto, A., Ikhwan, S., Np, A., Wahana, D., & Riono, S. B. (2025). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Pantai Randusanga Indah Brebes*. (November).
- Sudaryono. (2021). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*.
- Sugiyono. (2025a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sulkaisi, N., Emely, B., Saputra, S. E., Kemalasari, M., & Selvia, N. (2023).

Digital Marketing : Pengaruh Konten Promosi Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Loyalitas Wisatawan. 3(3), 469–475.

Syahtiti, D. (2024). *Sosial Media Engagement Dan Hubungannya Dengan Kinerja Customer Relationship Management (Social Media Engagement And Its Relationship With Customer Relationship Management Performance).* 2(3).

Tholibin, I., Adisaputro, S. E., Pangeran, U., & Nganjuk, D. (2024). *Analisis Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Branding Wisata Jolotundo Glamping And Edu Park Nganjuk.* 5(1), 199–209.

Triwi, A. M. (2025). *Pengaruh Digital Marketing, Social Media Engagement, Dan Customer Trust Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen).*

Tuti, A. (2024). *Model Historical Tourist Engagement Dalam Membangun Loyalitas Wisatawan Di Jawa Barat.* <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Scgreqaabj&oi=fnd&pg=pa2&dq=model+historical++tourist+engagement+dalam+membangun+loyalitas+wisatawan+di+jawa+barat&ots>

Wibisono, I. P., Prananta, R., Lokaprasidha, P., Nugroho, M. A., & Wahjuni, S. (2023). Analisis Pengaruh Destination Image, Perceived Value, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Di Banyuwangi. *Gema Wiralodra*, 14(1), 190–200. <https://doi.org/10.31943/Gw.V14i1.421>

Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Owabong Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2). <https://doi.org/10.32424/Jeba.V21i2.1319>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif.* 3(2), 96–102.

Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review).* 1(1), 14–27.

Yofina, M., & Masruri. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi.* Xiii(1), 190–205.

Zainudin, I., & Aditya, W. (2023). *Metode Penelitian* (M. Pradana, Ed.). <https://zainiba.wordpress.com/metode-penelitian/>

Zaki, N. (2025). Pengaruh Promosi Digital Dan Reputasi Destinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Citra Destinasi Pada Wisata Bahari Kabupaten Sumenep. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 31(2), 167–188.