

**Pengaruh Media Sosial dan Event Pariwisata terhadap Minat Kunjung
Wisatawan Objek Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Situsari Kecamatan
Cileungsi Kabupaten Bogor**

Turah Slamet¹, Maudy Alisia Juvoni²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital, Bandung

turahslamet@digitechuniversity.ac.id, maudy11211425@digitechuniversity.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Social Media, Tourism Events on Interest in Visiting Tourists at the Situ Tunggilis Lake Tourism Object, Siteari Village, Cileungsi District, Bogor Regency. The research was conducted on visitors to the Situ Tunggilis Lake Tourism area, Siteari Village, Cileungsi District, Bogor Regency. The sample used in this study amounted to 100 respondents. This study used a purposive sampling technique and data analysis with multiple linear regression. Hypothesis testing uses the T test and F test with the help of the SPSS version 16.0 application program. The results of multiple linear regression indicate that social media has a positive and significant effect on intention to return. Tourism Events have a positive and significant effect on the intention to visit again. Based on the results of the F test, it shows that Social Media and Tourism Events simultaneously have a significant effect on the intention to return. And the coefficient of determination of influence is 70.2%.

Keywords: *intention to visit, social media, tourism events*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial, dan Event Pariwisata terhadap Minat Kunjung di Wisatawan Objek Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Situsari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. Penelitian dilakukan pada pengunjung tempat Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Situsari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan analisis data dengan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 26.0. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Event wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa Media Sosial, dan Event Pariwisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dan Koefisien Determinasi pengaruh sebesar 70,2%.

Kata Kunci: **Sosial Media, Event Pariwisata, Minat Kunjungan**

PENDAHULUAN

Saat ini, data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sudah terdapat 3.613 desa wisata yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia dengan berbagai klasifikasi mulai dari desa wisata rintisan sampai desa wisata mandiri. Pengembangan desa wisata diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk percepatan pembangunan desa terpadu untuk mendorong kesejahteraan masyarakat didalamnya. Desa wisata yang telah maju akan memberikan efek domino berupa peningkatan kualitas lingkungan, kesejahteraan masyarakat dan kelestarian budaya.

Perkembangan teknologi dan internet digital setiap harinya sangat pesat. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022 atau sebesar 69% dari total populasi. Jumlah tersebut telah meningkat 12,35% dibandingkan tahun 2021 sebanyak 170 juta orang.

Media secara sederhana diartikan sebagai alat komunikasi. Menurut para ahli, dengan kutipan yang sangat terkenal "medium is the message" (McLuhan & Fiore, 2001), memperlihatkan bahwa Media adalah pesan yang bisa mengubah cara komunikasi, budaya komunikasi sampai bahasa dalam komunikasi antar manusia. Peningkatan yang signifikan dari pengguna internet dengan dominasi penggunaan media sosial menunjukkan bahwa masyarakat telah semakin melek media atau yang lebih sering disebut literasi digital. Literasi digital diartikan para pakar menjadi "the ability to access and process information from any form of transmission" (Potter, 2019). Hal ini diartikan bahwa orang mempunyai kemampuan dalam mengakses dan memproses data dan informasi dalam berbagai macam platform media, tujuannya untuk menyebarkan dan menerima informasi dari berbagai pihak.

Event pariwisata menurut Getz (2008) adalah sesuatu kegiatan yang dikelola dengan profesional dan telah banyak dilakukan dimana wisatawan menjadi target konsumen potensial untuk kegiatan yang akan diselenggarakan dan industri pariwisata berpengaruh dalam kesuksesan dan daya tarik kegiatan itu sendiri.

Event pariwisata menciptakan citra yang baik sehingga mendapatkan keuntungan bagi suatu destinasi wisata, meningkatkan perkembangan lebih merata dan berfungsi menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara (Higgins, 2018). Menurut Daniel et al. (2018) bahwa Event pariwisata berdampak positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan berkunjung.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian pada Wisatawan Objek Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Sitisari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor dengan pengambilan data kuesioner sebanyak 100 responden.

Berdasarkan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui keputusan berkunjung

Wisatawan ke Wisatawan Danau Situ Tunggilis itu untuk keperluan analisis kuantitatif, metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Lokasi penelitian dilakukan di Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Sitisari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. Objek penelitian untuk mendapatkan data pada penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Wisata Danau Situ Tunggilis. Lokasi wisata ini merupakan lokasi wisata yang belum lama dibuka akan tetapi telah menerapkan atau menggunakan Media Sosial dan Event Pariwisata sebagai media promosinya.

Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya

Menurut Sugiyono, (2018) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Berdasarkan tipe penelitian maka jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data yang dapat di input ke dalam skala pengukuran statistik. Fakta dan fenomena dalam data ini tidak dinyatakan dalam Bahasa alami, melainkan dari numerik

Sumber data penelitian yaitu menggunakan

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2018) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *Interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Untuk dapat mengumpulkan data yang di butuhkan. Untuk mendapatkan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket dan wawancara.

Instrumen pengumpulan data atau alat ukur pengumpulan data yaitu wawancara. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin, dan kuesioner angket. Menurut Bahri (2018) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner diisi dengan responden dengan menggunakan skala likert.

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) Analisis regresi Linier berganda merupakan

analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen Y. Maka peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu Media Sosial dan Event Pariwisata yang disimbolkan dengan (X1, X2) sedangkan variabel dependennya adalah Minat Kunjung Wisatawan yang di simbolkan (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Sampel penelitian yang digunakan adalah Wisatawan Danau Situ Tunggilis desa Sitisari. Setelah melalui proses pengambilan data sesuai kriteria yang di butuhkan, Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden.

Menurut Ary (2007) Pembahasan hasil penelitian adalah penafsiran hasil penelitian yang berkaitan dengan hipotesis.

1. Uji Validitas

Tabel 1. hasil uji validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Signifikansi	Keterangan
Media Sosial (X1)	SM1.1	0,196	0,770	0,000	Valid
	SM1.2	0,196	0,742	0,000	Valid
	SM1.3	0,196	0,876	0,000	Valid
	SM1.4	0,196	0,831	0,000	Valid
	SM1.5	0,196	0,782	0,000	Valid
Event Pariwisata (X2)	EP1.1	0,196	0,811	0,000	Valid
	EP1.2	0,196	0,862	0,000	Valid
	EP1.3	0,196	0,899	0,000	Valid
	EP1.4	0,196	0,859	0,000	Valid
	EP1.5	0,196	0,880	0,000	Valid
Minat Kunjung (Y)	MK.1	0,196	0,862	0,000	Valid
	MK.2	0,196	0,871	0,000	Valid
	MK.3	0,196	0,820	0,000	Valid
	MK.4	0,196	0,882	0,000	Valid
	MK.5	0,196	0,848	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Pernyataan kuesioner terdiri dari masing-masing 5 butir pernyataan Media Sosial (X1) Event Pariwisata (X2) Minat Kunjung (Y). Pengujian dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 26.0. Uji validitas menggunakan 100 responden dan hasilnya adalah semua instrumen pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r table dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$)

2. Uji Reliabilitas

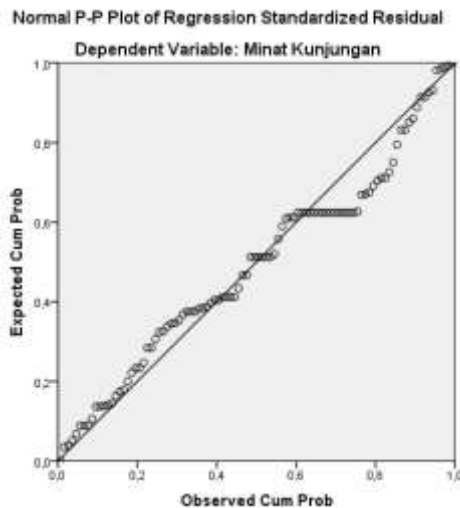
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,858	Reliabel
Event Pariwisata (X2)	0,913	Reliabel
Minat Kunjung (Y)	0,903	Reliabel

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Pengujian diuji dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 16.0. Uji reliabilitas menggunakan 100 responden dan menunjukkan nilai cronbach's alpha dari semua variabel lebih besar dari 0,70.

3. Uji Asumsi Klasik



Gambar1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan yaitu menurut Ghazali (2011:161) model regresi dikatakan berdistribusi normal ketika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan uji normalitas ini adalah model regresi berdistribusi normal dengan kata lain sudah memenuhi syarat normalitas.

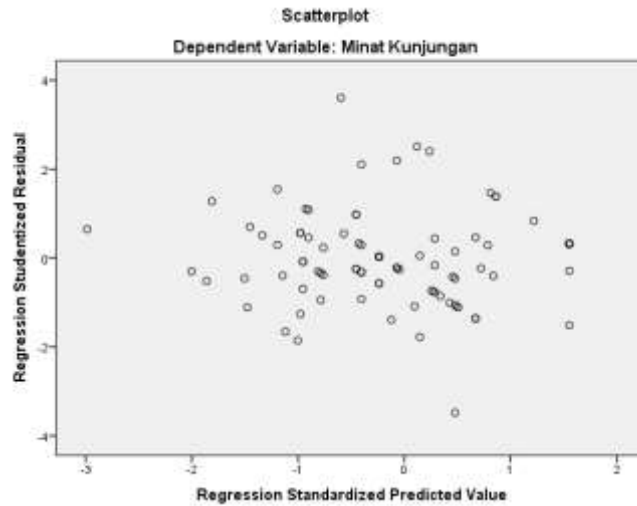
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,848	1,264		1,462	,147		
Media Sosial	,421	,092	,398	4,595	,000	,410	2,439
Event Pariwisata	,484	,085	,493	5,697	,000	,410	2,439

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Menurut Ghozali (2011) mengatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai toleransi lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,100 yaitu $0,410 > 0,100$ dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 yaitu $2,439 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroksiditas Scatterplots

Menurut Ghozali (2011) tidak terjadi heterokedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) pada gambar sactterplots, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil uji heterokedastitas tidak didapatkan pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastistas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.848	1.264		1.462	.147
	Media Sosial (X1)	.421	.092	.398	4.595	.000
	Event Pariwisata (X2)	.484	.085	.493	5.697	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan (Y)

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas, diketahuai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan uraian sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Berkunjung (Y).

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah 0,000 artinya $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y dan nilai t hitung untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 4,595 artinya adalah $t \text{ hitung } 4,595 > t \text{ tabel } 1,984$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X1 (Media Sosial) terhadap variabel Y (minat kunjungan). Maka Media Sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (Y).

2. Pengaruh Event Pariwisata (X2) terhadap Minat Berkunjung (Y)

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah 0,000 artinya $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y dan nilai t hitung untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 5,697 artinya adalah $t \text{ hitung } 5,697 > t \text{ tabel } 1,984$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X2 (Event Pariwisata) terhadap variabel Y (minat kunjungan). Maka Event Pariwisata (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung (Y).

5. Uji Simultan

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	632.506	2	316.253	114.361	.000 ^b
	Residual	268.244	97	2.765		
	Total	900.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan (Y)
b. Predictors: (Constant), *Event* Pariwisata (X2), Media Sosial (X1)

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Data taele diatas memperlihatkan hasil regresi simultan dengan nilai signifikansi untuk pengaruh Media Sosial (X1) dan Event Pariwisata (X2) secara simultan terhadap Minat Kunjung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Fhitung $114,361 > Ftabel 3,192$ sehingga dapat disimpulan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Media Sosial (X1) dan Event Pariwisata (X2) secara simultan terhadap Minat Kunjung (Y)

6. Koefisien Diterminasi

Tabel 7. Hasil Koefisien Diterminasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,702	,696	1,663

a. Predictors: (Constant), EP, SM

Sumber: data primer diolah SPSS, 2023

Diketahui nilai R square sebesar 0,702, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Media Sosisal (X1) dan Event pariwisata (X2) secara simultan terhadap variabel Minat Kunjung (Y) adalah sebesar 70,2%.

B. Pembahasan

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Letak

Alamat Desa Wisata : Jln. Raya Cileungsi Jonggol Kp, Tunggilis Desa. Sitisari Kecamatan. Cileungsi Kabupaten. Bogor Provinsi Jawa Barat Kode Pos 16820.

b. Topografis

BUMDes Wijaya Kusuma Sitisari. Desa Sitisari merupakan pemekaran dari Desa induknya yaitu Desa Mampir pada tahun 1979. Desa Sitisari adalah salah satu desa kecamatan Cileungsi yang mempunyai luas wilayah +624.796 Ha, Terdiri dari:

- Areal Pesawahan : +407 Ha,
- Areal Perumahan : +242.42 Ha,
- Areal Tanah Kosong/kebun : +63.50 Ha,
- Areal Jalan Kec.Desas : +7.5 Ha,

c. Luas wilayah

Desa Sitisari memiliki Danau Situ Tunggilis yang memiliki luas kurang lebih 35 hektar yang berada dipinggir jalan provinsi dan memilih pulau ditengah danau kurang lebih 2000 Meter. Situ Tunggilis merupakan potensi utama dalam merencanakan orientasi visual kawasan. Potensi ini menjadi nilai jual bagi kawasan Situ Tunggilis. Danau Situ Tunggilis Alamat Kantor Sekretariat : Jln. Desa Sitisari Kp. Karet Rt. 002/001 Desa. Sitisari Kecamatan. Cileungsi Kabupaten. Bogor Provinsi Jawa Barat Kode Pos 16820.

2. Analisis Hasil Penelitian

- 1) Media Sosial berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan objek wisata danau Situ Tunggilis desa Sitisari kecamatan Cileungsi kabupaten Bogor.

Hal ini di buktikan dengan nilai t Hitung sebesar 4,595 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Arti positif dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan searah, sehingga apabila pengaruh semakin tinggi, maka minat berkunjung di Danau Tunggilis Desa Sitisari juga mengalami peningkatan. Arif Suratman (2023) mengatakan bahwa sebgaiian besar wisatawan Indonesia mencari informasi terkait destinasi wisata melalui Media Sosial sebelum melakukan destinasi Wisata. Hipotesis pertama yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat kunjung pada objek wisatawan Danau Situ Tunggilis Desa Sitisari. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Zulanda Pratiwi (2021).

- 2) Event pariwisata berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan objek wisata danau Situ Tunggilis desa Sitisari kecamatan Cileungsi kabupaten Bogor.

Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 114,361 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Arti positif dari hasil penelitian ini menunjukkan akan adanya hubungan searah, sehingga apabila tingkat pariwisata semakin tinggi maka minat berkunjung kembali pada objek wisata dala Danau Situ Tunggilis mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Zulanda Pratiwi (2021).

- 3) Media Sosial dan Event pariwisata secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan objek wisata danau Situ Tunggilis desa Sitisari kecamatan Cileungsi kabupaten Bogor.

Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

Media Sosial dan Event Pariwisata yang baik dan dimaksimalkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Semakin banyak promosi melalui media Sosial dan pengadaan Event Pariwisata maka semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung pada Danau situ Tunggilis Desa Sitisari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Media Sosial dan Event Pariwisata terhadap Minat Kunjung di Danau Situ Tunggilis Desa Sitisari, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan Danau Situ Tunggilis yang artinya, semakin tinggi promosi dan memberikan informasi terbaru di media sosial Danau Situ Tunggilis, maka pengunjung akan dengan mudah tertarik untuk datang berwisata di danau Situ Tunggilis.
2. Event pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Wisatawan Danau Situ Tunggilis, yang artinya, semakin meningkat dan banyak Event pariwisata di Wisatawan Danau Situ Tunggilis, maka minat berkunjung juga akan meningkat.
3. Media Sosial dan Event Pariwisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Wisatawan ke Danau Situ Tunggilis, yang artinya, semakin tinggi promosi serta memberikan informasi terbaru di media sosial Danau Situ Tunggilis dan semakin banyak Event pariwisata yang diselenggarakan maka pengunjung akan dengan mudah tertarik untuk datang, tentunya akan berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang datang berwisata di danau Situ Tunggilis.

Maka penting bagi setiap pengelola destinasi wisata, khususnya wisata situ sunggilis desa sitisari, untuk semakin meningkatkan pemanfaatan media social untuk promosi dan menyampaikan segala hal terkait keindahan dan keseruan berwisata di situ tunggilis. Pengelola wisata juga harus kreatif menyelenggarakan event-event pariwisata disetiap momen, serta bersedia menggandeng pihak-pihak lain untuk berkolaborasi sehingga event yang diselenggarakan lebih meriah dan berdampak pada meningkatkan keramaian dan kunjungan wisatawan ke situ tunggilis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. P. A. L. (2022). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata sukawana sunrise: The effect of social media on the interest of tourists visiting the attraction of sunrise variety tourism. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(2), 276-285.
- Hastuti, P. (2018). Desentralisasi Fiskal Dan Stabilitas Politik Dalam Kerangka Pelaksanaan Otonomi Daerah Di Indonesia. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 1(1), 785-787.
<https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/article/view/293>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).

- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Lustono, L., & Permatasari, K. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Aksebilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. *Medikonis*, 13(1), 41-52.
- Lustono, L., & Permatasari, K. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Aksebilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. *Medikonis*, 13(1), 41-52.
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(2).
- Mataris, H., & Digdowiseiso, K. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Daerah Kabupaten Magelang Tahun 2017-2019. In *Populis : Jurnal Sosial dan Humaniora* (Vol. 7, Issue 1). <https://doi.org/10.47313/pjsh.v7i1.1049>
- Nifita, A. T., & Arisondha, E. (2018). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan di taman geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 169-180.
- Pratiwi, Z. D. A. P., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74-94.
- Rr. Suprانتiningrum, S. (2015). Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah dan Tingkat Kemandirian Daerah di Era Otonomi Daerah (Studi Kasus Kota Semarang Tahun 2009-2013). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 30-40.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Simanjuntak, D. F., AF, D., & Irawan, A. (2018). Pengaruh event pariwisata terhadap keputusan berkunjung (Survei pada wisatawan domestik yang berkunjung ke event pariwisata di kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, M. R. P. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Dengan Variabel Citra Destinasi Sebagai Pemediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36-46.
- Surastowo. (2019). Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah Pemerintahan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Simplex*, 2(3), 175-185.