

## DAFTAR PUSTAKA

- AB, A. (2018). Citra Destinasi Dan Pengaruhnya Terhadap Intensi Untuk Berkunjung Kembali Di Sulawesi Selatan Sebagai Destinasi Pariwisata. *Sosiohumaniora*, 20(3), 207. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.14050>
- Ab Karim, S., & Chi, C. G.-Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ananda, A., Nugraha, A. S., Fujianti, A. R., & Susanto, E. (2021). Movie Induced Tourism in the Young Millennials Tourist Segment. *Journal of Tourism Sustainability*, 1(1), 9–15. <https://doi.org/10.35313/jtos.v1i1.1>
- April, V. N., & Limarga, D. M. (2017). *PENERAPAN METODE BERCEKITA DENGAN MEDIA AUDIO VISUAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN EMPATI ANAK USIA DINI APLIKASI METODE STORYTELING DENGAN AUDIO VISUAL* Machine Translated by Google. 3(1).
- Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.177>
- Ati Mustikasari, S. W. (2016). The Influence of e-WOM on the Decision Comes To The Tourism in Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 95–103.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Auliyah, A., & Flurentin, E. (2016). Efektifitas Penggunaan Media Film Untuk Meningkatkan Empati Siswa Kelas Vii Smp. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 1(2), 19–26. <https://doi.org/10.17977/um001v1i12016p019>
- B. Jannah, Z. Arifin, & A. Kusumawati. (2014). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan. *J. Adm. Bisnis*, 17(1), 1–7.
- Berkunjung, K., Pantai, W., Putri, T., Bulan, L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). *Daya Tarik Wisata , Motivasi dan*. 2(1), 115–123.
- binus.ac. (2022). No Title. *Multivariateanalysisstructuralequation Model-Sem-Pls*. <https://sis.binus.ac.id/2022/04/27/multivariate-analysis-structural-equation-model-sem-pls/>



- Hamdani, A. (2016). Kutai Kartanegara Melalui Film Erau Kota. *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara Melalui Film Erau Kota Raja Dalam Promosi Pariwisata*, 4(3), 320–332.
- Hardani, dkk. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Edisi 8, Issue April).
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100.  
<https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- Hasan, A., & Niken, W. S. (2015). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESA WISATA NGLANGGERAN GUNUNGKIDUL Ali. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 224–238.
- HC, R. H. K., Hanafi, M. M., & Lantara, W. N. (2019). The Effect of Optimal Cash and Deviation from Target Cash on the Firm Value: Empirical Study in Indonesian Firms. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 1–13.  
<https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.17359>
- Herman, L. E., & Athar, H. S. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *J-Ika*, 5(2), 147–155. <https://doi.org/10.31294/kom.v5i2.4688>
- Hidayat, A. (2018). *No Title*. Statistikian.Com. Pengukuran Kecocokan Model PLS SEM%0A Dalam bahasan kali ini kita akan melanjutkan artikel sebelumnya yaitu tentang partial least square. Sebelumnya telah dibahas tentang apa itu partial least square, tujuan dan fungsi, algoritma dan sepiantas tentang pengu  
<https://ichi.pro/id/>. (2020). *No Title*. <https://Ichi.pro/Id/Resampling-Bootstrap-47576354141932>.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2017). Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049.  
<https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5515>
- Indonesia, dewan nasional kawasan ekonomi khusus republik. (2023). *No Title*. Sekretariat Jenderal Dewan Nasional KEK. <https://kek.go.id/peta-sebaran-kek>
- Isnaryati, D. S. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Kememparekaf*, 2–75.
- Jain, P. (2018). *VISUAL PERSUASION- A CREATIVE ASPECT IN COMMUNICATION*. 7(3), 5–12.
- Johnson, E., Hervás, R., Gutiérrez-López-Franca, C., Mondéjar, T., & Bravo, J. (2017). Analyzing and Predicting Empathy in Neurotypical and Nonneurotypical Users with an Affective Avatar. *Mobile Information Systems*, 2017.  
<https://doi.org/10.1155/2017/7932529>
- Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS dan Structural Equation Modeling (SEM). In *UPT Unhas Press*.

- Kalteng.antaranews. (2021). *No Title*. Antara.  
<https://kalteng.antaranews.com/berita/486606/pentingnya-storytelling-untuk-promosi-wisata>
- Kapuscinski, G. (2014). *The effects of news media on leisure tourists ' perception of risk and willingness to travel, with specific reference to events of terrorism and political instability*. May, 1–259.  
[http://eprints.bournemouth.ac.uk/21778/1/Kapuscinski%2CGrzegorz\\_PhD\\_2014.pdf](http://eprints.bournemouth.ac.uk/21778/1/Kapuscinski%2CGrzegorz_PhD_2014.pdf)
- Kemdikbud. (2016a). *No Title*. Kbbi.Kemdikbud.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata>
- Kemdikbud. (2016b). *濟無No Title No Title No Title*. Kemdikbud.Go.Id.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/empati>
- Keskin, H., Akgun, A. E., Ayar, H., & Etliloglu, T. (2017). *Persuasive messages and emotional responses in social media marketing*. 4, 202–208.  
<https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.481>
- Khairunnisa, S. N. (2021). *No Title*. Kompas.Com.
- Labiba, U. A. M., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2017). TERPAAN IKLAN VIDEO IMAGINE YOUR KOREA DALAM AKUN YOUTUBE ( Studi pada Mahasiswa Pariwisata Angkatan 2012 - 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45(1), 170–178.
- Li, C. H., & Liu, C. C. (2020). The effects of empathy and persuasion of storytelling via tourism micro-movies on travel willingness. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(4), 382–392. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1712443>
- Limin, Y. (2015). *The Impact of Movie and TV Works on Songshan Mountain Tourism*. *Jisem*, 260–263. <https://doi.org/10.2991/jisem-15.2015.53>
- Lubis, M., Murni, I., & Aisyara, D. (2015). Penggunaan Sistem Informasi Geografis Menumbuhkan Keinginan Perjalanan Wisata. *Jurnal Ipteks Terapan*, 9(1), 98–107. <https://doi.org/10.22216/jit.2015.v9i1.41>
- Mahendra, W. E., & Parmithi, N. N. (2015). *Statistik dasar dalam penelitian pendidikan* (Issue May).
- Management, U. (2019). *ULTIMA Management | ISSN 2085-4587*. 11(1), 39–54.
- Monalisa, A. (2016). *Penggunaan Metode Resampling Bootstrap Untuk Data Simulasi Time Series Model ARIMA*.
- NTB, D. (2020). *No Title*. Data.Ntbprov.Go.Id.  
<https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource/bef6f4f1-881b-4118>
- NTB, D. (2021). *No Title*. Data.Ntbprov.Go.Id.  
<https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource/6f38fb2b-12ab-4d6a#%7Bview-graph:%7BgraphOptions:%7Bhooks:%7BprocessOffset:%7B%7D,bindEvents:%7B%7D%7D%7D%7D,graphOptions:%7Bhooks:%7BprocessOffset:>

- NTB, D. (2022). *No Title*. Data.Ntbprov.Go.Id.  
<https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource/0268b7ec-8abd-4a61#%7Bview-graph:%7BgraphOptions:%7Bhooks:%7BprocessOffset:%7B%7D,bindEvents:%7B%7D%7D%7D%7D,graphOptions:%7Bhooks:%7BprocessOffset:>
- Nuraldian, M. (2022). *PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN DAN PROMOSI JAYANEGARA KABUPATEN SUKABUMI ( THE EFFECT OF TOURIST MOTIVATION AND PROMOTION ON VISITING DECISIONS IN CURUG SENTRAL JAYANEGARA SUKABUMI REGENCY )*. 1(April), 96–112.
- Nursastri, S. A. (2023). *No Title*. Kompas.Com.
- Nusa, K. E., & Zuraida, L. (2019). *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN WISATAWAN*. 18, 11–19.
- Pasaribu, A. W., Ginting, J. A., & Novia, N. (2022). TOURISM STORYTELLING , DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PERILAKU WISATA DI KAWASAN DANAU TOBA KABUPATEN SAMOSIR , SUMATERA UTARA The Effect Of Tourism Storytelling On Tourism Behavioral Intentions In Toba Lake , Regency of Samosir , North Sumatera. *Jurnal ...*, 16(1), 77–85.  
<http://ejournal.kemenparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/266>
- Pemerintah Nusa Tenggara Barat. (2013). *Peraturan Daerah Provinsi Nusa tenggara Barat No 7 tahun 2013 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daearh Tahun 2013-2028*. 36.
- Pengaruh respon positif*. (2021).
- Pradnya Dewi, N. W. A., Mahendra, M. S., & Wiranatha, A. A. P. A. S. (2017). Faktor Pendorong Dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 207–222.  
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p01>
- Priatmoko Setiawan. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 72–82.
- Qital, S. Al, Sunarya, S. L., & Rusydiana, A. S. (2022). Manajemen Pariwisata Halal. In *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* (Vol. 2, Issue 2). <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5919>
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Radde, H. A., & Nur Aulia Saudi, A. (2021). Uji Validitas Konstrak dari Emotion Regulation Questionnaire Versi Bahasa Indonesia dengan Menggunakan Confirmatory Factor Analysis Constract Validity Test of Emotions Regulation Questionnaire of Indonesian Version Using Confirmatory Factor Analysis. *Jurnal Psikologi Karakter*, 1(2), 152–160. <https://journal.unibos.ac.id/jpk>
- Ramadhani, N. D. P., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 162–171.

- Ratna, & Agustina. (2020). *No Title*. Travel.Tribunnews.Com.  
<https://travel.tribunnews.com/2020/05/06/film-pendek-tentang-wisata-indonesia-raih-penghargaan-di-bulgaria>
- Rawung, D. T. (2020). Metode penarikan sampel. *Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Badan Pusat Statistik RI*, 22.  
[https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan\\_diklat/BA\\_2144.pdf](https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_2144.pdf)
- Ringle, Christian M., Wende, Sven, & Becker, J.-M. (2023). *No Title*.  
Www.Smartpls.Com. <https://www.smartpls.com/documentation/algorithms-and-techniques/discriminant-validity-assessment/>
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Schmidt, J. B., & Spreng, R. A. (1996). A proposed model of external consumer information search. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(3), 246–256. <https://doi.org/10.1177/0092070396243005>
- Scriptshadow.net. (2017). *Screenwriting article* (Issue November, p. 1). Screenwriting Article – How to Write a Great Short Film! [scriptshadow.net/screenwriting-article-how-to-write-a-great-short-film/](http://scriptshadow.net/screenwriting-article-how-to-write-a-great-short-film/)
- Statistikian. (2023). *No Title*. Statistikian.Com.  
<https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>
- Sugiyono. (2017). *Dlscib.Com-Pdf-Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono-Dl\_1559a9Defdf5Ac42500C000D11189B31*.
- Suni, J. (2011). an Exploratory Study of Movie-Induced Tourism Motivations – a Case of Sf-Filmtown. *University of Eastern Finland, April*.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.
- Telim, S. H., Griseldis, G., & Wijaya, S. (2022). *Film tourism dan pengaruhnya terhadap citra destinasi dan niat berkunjung wisatawan Indonesia ke Korea Selatan*. 7(2), 213–223.
- Terzidou, M., Stylidis, D., & Terzidis, K. (2018). The role of visual media in religious tourists' destination image, choice, and on-site experience: the case of Tinos, Greece. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(3), 306–319.  
<https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1304316>
- Tomala, K., & Faber, F. (2011). The Long Tail of Tourism. *The Long Tail of Tourism*, 149–150. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6231-7>
- UU No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. (2009). *No Title. UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*.
- Wahyu, A. Y. M., Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Storytelling, citra destinasi, dan pengalaman merek pada video promosi kementerian pariwisata dan ekonomi

- kreatif. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(2), 679–698. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i2.4928>
- Wahyu Utami, N., Sherviana, S., Istijanto, I., & Yudianto, B. R. (2020). Pengaruh Emosi Wisatawan terhadap Citra Kognitif dan Afektif dalam Wisata Yoga di Bali. *Kajian Branding Indonesia*, 2(2), 201–229. <https://doi.org/10.21632/kbi.2.2.201-229>
- Wardana, M. A., Shanty, K., & Parwati, M. (2021). *WISATAWAN LOKAL DI BALI PADA MASA*. 12(01), 50–58.
- Wayne W. LaMorte, MD, PhD, M. (2022). *No Title*. Boston University School of Public Health. [https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html#:~:text=The Theory of Planned Behavior \(TPB\) started as the Theory,ability to exert self-control](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html#:~:text=The Theory of Planned Behavior (TPB) started as the Theory,ability to exert self-control).
- Whang, H., Yong, S., & Ko, E. (2016). *No Title*. *Journal of Business Research*, 69(2), 631–641. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2015.06.020>
- Wida Kurniasih. (2016). 濟無*No Title No Title No Title*. <https://www.Gramedia.Com/Literasi/Empati/>. <https://www.gramedia.com/literasi/empati/>
- Widaningsih, T. T., Nugraheni, Y., Prananingrum, E. N., & Rahayunianto, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media dan Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Minat Berwisata. *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 174–190. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2742>
- wikipedia.org. (2023a). *No Title*. Wikipedia.Org.
- wikipedia.org. (2023b). *No Title*. Wikipedia.Org.
- Wikipedia.org. (2023). *No Title*. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Convenience\\_sampling](https://en.wikipedia.org/wiki/Convenience_sampling)
- Wikipedia. (2023a). *No Title*. Theory\_of\_planned\_behavior. [https://en.wikipedia.org/wiki/Theory\\_of\\_planned\\_behavior](https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_planned_behavior)
- Wikipedia. (2023b). *No Title*. Structural Equation Modeling. [https://en.wikipedia.org/wiki/Structural\\_equation\\_modeling](https://en.wikipedia.org/wiki/Structural_equation_modeling)
- Wirz, D. S. (2018). *Persuasion Through Emotion ? An Experimental Test of the Emotion-Eliciting Nature of Populist Communication*. 12, 1114–1138.
- Ya, L. (2019). ——基于情绪和信息来源地的研究 李亚.
- Yudaninggar, K., Ajibulloh, A. A., Studi, P., Komunikasi, I., Ekonomi, F., Amikom, U., Ring, J., Utara, R., Yogyakarta, D. I., Studi, P., Komunikasi, I., Ekonomi, F., & Amikom, U. (2019). *Mengkaji Ulang Strategi Promosi Pariwisata Melalui Film*. 4(2), 149–165.