

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. (2025). *Wawancara pribadi dengan kuncen*. Dokumentasi pribadi.
- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agitasari, D. A., Krisnanda, R., & Sani, F. E. A. (2022). Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik. *Jurnal TESLA: Perhotelan-Destinas Wisata-Perjalanan Wisata*, 2(1), 28–36.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya (Pertama)*. IPB Press.
- Areks, E. (2015). Pengaruh penggunaan bauran promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di kabupaten Pangkajene dan kepulauan. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 360–373.
- Arief, M. (2019). Efektivitas Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Telkom Pada Pt. Telkom Di Biak. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 14(1), 49–56.
- Atmoko, T. P. H. (2016). Daya Tarik Wisata Rohani Gua Kerep Ambarawa. *Media Wisata*, 14(2). <https://doi.org/10.36276/mws.v14i2.251>
- Banten, B. P. S. P. (2022). *Provinsi Banten dalam Angka 2022 (Banten Province in Figures)*. BPS-Statistics of Banten Province. <https://banten.bps.go.id>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 252–256.

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cristea, A. A., Apostol, M.-S., & Dosescu, T. (2015). The role of media in promoting religious tourism in romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 302–306.
- Djameludin, H. M., Bahtiar, H., LM Samsu, L. M., Yahya, Sutriandi, A. E., Sudioanto, A., Ahmad, R., & Saiful, M. (2018). *Panduan Penulisan Skripsi*. Fakultas Teknik Universitas Hamzanwadi.
- Doțenco, E., & Șevcenco, V. (2023). Turismul religios în contextul fluxurilor turistice internaționale. *Simpozion Științific Al Tinerilor Cercetători*, 70–74.
- Eli. (2025). *Wawancara pribadi dengan kuncen*. Dokumentasi pribadi.
- Fahimah, M., & Febriyansah, Y. (2023). Revisiting Interest Tourists: Destination Image And Customer Experience. *Multidiscipline International Conference*, 2(1), 147–157.
- Griffiths, M., & Wiltshier, P. (2019). *Managing Religious Tourism* (K. Raj, Razaq, Griffin (ed.); CABI relig). CABI. www.cabi.org
- Hafiezt Leon Nugroho, H. (2024). *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjung Pada Wisata Land. euh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Harahap, D., Harahap, R. Z. A., Rukiah, R., Fauzan, M., & Nasution, A. A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 864–891.
- Hasan, M. I. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)* (kedua). Bumi Aksara.
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., & Jalilvand, M. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 747–798.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warningtyas (ed.)). Lakeisha.

- Ismadi, I., & Suwitho, S. (2023). the Effect of Tourism Attraction and Tourist Experience on Revisit Intention Mediated By Tourist Satisfaction (a Study At Mount Bromo Tourist Destination, East Java). *International Conference of Business and Social Sciences*, 474–486.
- Jauhari, V., & Sanjeev, G. M. (2010). Managing customer experience for spiritual and cultural tourism: an overview. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(5), 467–476.
- Kartal, B., Tepeci, M., & Atlı, H. (2015). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective. *Tourism Review*, 70(3), 214–231.
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 78–88.
- Khan, A. U., Zaman, G., & Baloch, Q. B. (2019). Promoting religious tourism in Pakistan: empirical evidence from Sikh Pilgrims visiting Pakistan. *City University Research Journal*, 9(4), 805–818.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Maulina, A., Sukoco, I., Hermanto, B., & Kostini, N. (2023). Tourists' revisit intention and electronic word-of-mouth at adaptive reuse building in Batavia Jakarta Heritage. *Sustainability*, 15(19), 14227.
- Najwati, N., & Zaenudin. (2023). Peran Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Jattinagor National Park. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2(1).
- Nautiyal, R., Albrecht, J. N., & Carr, A. (2025). Spiritual practice as tourism experience: An application of cultural transmission theory. *Annals of Tourism Research*, 110(September 2023), 103866.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103866>

- Nizamuddin, H., Azan, K., Khairul Anwar, M. S. I., Muhammad Ashoer, S. E., Nuramini, A., Irlina Dewi, M. H., Abrory, M., Pebriana, P. H., Jafar Basalamah, S. E., & Sumianto, M. P. (2021). *Metodologi Penelitian; Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Noor, J. (2011). *Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya Ilmiah (Pertama)*. Kencana.
- Noviyanti, D. (2018). Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syekh Surgi Mufti. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(34), 90–118.
- Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2021). Investigating the intersections between religion, spirituality, and tourism. In D. H. Olsen & D. J. Timothy (Eds.), *The Routledge Handbook of Religious and Spiritual Tourism* (1st ed., pp. 1–28). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429201011>
- Pallathadka, L. K., Pallathadka, H., & Singh, S. K. (2022). A Quantitative Investigation on the Role of Promotions and Marketing in Promoting Tourism in India. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 2(6), 144–150.
- Prasetyo, D. (2019). Memahami masyarakat dan perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163–175.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian* (Syahrani (ed.); 1st ed.). Antasari Press.
- Raj, R., & Griffin, K. (2015). *Religious Tourism and Pilgrimage management An International Perspective, 2nd Edition* (C. Parfitt, E. McCann, & E. Ross (eds.); 2nd editio). CABI. [www.cabi.org](http://www.cabi.org)
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.

- Salim, E., Ali, H., & Yulasmi, Y. (2023). *Optimalisasi Minat Mengunjungi Destinasi Wisata*. CV. Gita Lentera.
- Setiani, A., Nurul Fatya, D. N., Intan, S., & Joevan, T. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Cikasungka Keramat Solear Kecamatan Cisoka Kabupaten Tangerang ( Makam Keramat Solear ). *LENSA*, 16(2), 17–23.
- Soares, N., Lima, J., & Borges, M. do R. (2024). O Turismo Espiritual na Ilha Terceira: A percepção dos agentes da oferta sobre o potencial de desenvolvimento. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, 47.
- Sobihah Abdul Halim, M., Tatoglu, E., & Banu Mohamad Hanefar, S. (2021). A review of spiritual tourism: A conceptual model for future research. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 119–141.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan 19). Alfabeta.
- Sugiono. (2019). *Metode penelitian pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)* (1st ed.). Alfabeta.
- Suharman, A., Apriyani, R., & Bramana, S. M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Gua Harimau di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *KOLEGIAL*, 8(1), 12–27.
- Sumanto. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif: Untuk Penelitian Sosial, Ekonomi Bisnis, Psikologi, Pendidikan, dan Keperawatan* (E. S. Mulyana (ed.); 2nd ed.). Penerbit Andi.
- Sumardiyono. (2023). *Uji Normalitas Data Variabel* (E. P. Pamungkasari (ed.); 1st ed.). UNS Press.
- Sumilih, D. A., Pujiriyani, D. W., Jaya, A., Ras, A., Subiyantoro, A., Rianty, E., Rachmaningtyas, N. A., & Mesya, M. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif* (pertama). PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Suri, R., & Rao, J. (2014). Impact of spiritual marketing on different segments of tourists and their evaluation of the site. *Journal of Business & Economic Policy*, 1(1), 26–34.

- Sutama, I. K. (2013). Pariwisata Spiritual di Bali dari Perspektif Stakeholders Pariwisata. *Jurnal Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(2), 1.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian* (1st ed.). ANDI.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media.
- Syahza, A., & Riau, U. (2021). *Buku Metodologi Penelitian, Edisi Revisi Tahun 2021*. Pekan Baru: Unri Press.
- Syifa, A., & Rustini. (2023). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Daya Tarik Makam Keramat Solear , Kabupaten Tangerang , dalam Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(2), 80–89. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan electronic word of mouth terhadap minat kunjung pada Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.
- Thamrin, H. (2019). *Pedoman penulisan skripsi* (Edisi Revi). Magnum Pustaka Utama.
- Tilson, D. J. (2005). Religious-spiritual tourism and promotional campaigning: A church-state partnership for St. James and Spain. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 12(1–2), 9–40. [https://doi.org/10.1300/J150v12n01\\_03](https://doi.org/10.1300/J150v12n01_03)
- Tjahjono, E., Wibowo, F. G., Andreani, F., Aprilia, A., & Kunto, Y. S. (2025). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kota Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(1), 60–71.
- Venugopal, K., & Murty, D. V. (2019). Impact of e-marketing promotions on the performance of religious tourism: In case of Srikakulam District, AP, India. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(6), 1289–1292.
- Wartini, T., Ismail, B., Rahayu, T., Rachmat, H. F., Edrianingtyas, M., & Usman, L. (2022). *Buku Profil Statistik Kabupaten Tangerang Tahun 2022*. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang.

- Widyastuti, S. R. (2022). *Bahan Ajar Statistika Inferensial (Jilid 1)* (S. Hatuti & M. Syaiful (eds.); Petama). UNU Cirebon Press. unucirebonpress@unucirebon.ac.id
- Wijaya, E., Suprayitno, D., Ladini, U., Nengsih, T. A., Sumiyarti, S., Sudrimo, S. N., Kusumastuti, Y. S., Nurhayati, N., Hulu, D., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Ekonometrika* (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- World Tourism Organization. (2023). World Tourism Barometer May 2023. *World Tourism Barometer*, 21(2). [www.unwto.org/market-intelligence](http://www.unwto.org/market-intelligence).
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27.
- Zahra, N. A., Koimah, S. M., Nugroho, F. T., Ardiansyah, S. S., & Pricillia, K. (2024). Konservasi Makam Keramat Solear Sebagai Warisan Budaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Budaya Indonesia*, 2(2), 105–109.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.
- Zlatanov, S., & Popesku, J. (2021). Promotion of Religious Tourism Sites on Facebook by NTOs. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(3), 70–81.