

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, F. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata â Jawa Timur Park 2â Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 24(1), 86013.
- Basra, A. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Terhadap Keouasan Wistawan (Studi Pada Kota Banda Aceh)*.
- Febriyan, F., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, J. A., & Internasional, K. B. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness pada Produk Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 1–86.
- Fuady, I., Ramadhan S.P, T., Sunarya, M. A., & Hisyam, G. (2020). Hubungan Terpaan Promosi Wisata terhadap Minat Berkunjung ke Objek Wisata Citumang. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 44–51.
<https://doi.org/10.31294/par.v7i1.8082>
- Iman K, D., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Pemasaran melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 1–9.
- Ira, W. S., & Muhamad, M. (2020). Partisipasi Masyarakat pada Penerapan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Magelang). *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(2), 124.
<https://doi.org/10.22146/jpt.43802>
- Kadafi, P. A., Hasudungan, R. T., & Yusrini, L. (2024). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Wisatawan Generasi Z Berkunjung Kembali ke Kota Tua Jakarta. *Xxx-Yyyy*, 1(1).
- Kartini, R. A. (2021). Analisis SWOT terhadap storynomics tourism sebagai strategi promosi pariwisata (studi kasus kawasan wisata kali cisadane, kota

- tangerang, banten, indonesia). *Dynamic Management Journal*, 5(2), 58–69.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Pemasaran 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Magano, J., & Cunha, M. N. (2020). Digital marketing impact on tourism in Portugal: A quantitative study. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1).
- Mahsyah, F. A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Tempat Wisata di Kota Ternate oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Wonderfulternate)*. Universitas Islam Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Simbiosis Rekatama Media.
- Ngurah, I. G., Suarna, B., Wardana, M. A., & Darsana, I. M. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan, 1–20.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.12048>
- Pramudita, A. S. (2022). *Upaya Pemerintah dalam Pembinaan dan Pengawasan Objek Wisata Alam Sebao di Kabupaten Muaro Jambi*. 91.
- Priambudi, R. R., Alvianna, S., Estikowati, & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik. *Researchgate.Net*, 1(1), 26–35.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.

Bandung: Alfabeta, 2107.

Purba, H., & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 229–238.

Siddik, A. S. A., Mandagi, D. W., Lelengboto, A. L. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Pemasaran sosial media dan gestalt merek pada perusahaan Indoor Theme Park. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 462–479. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Wardani, P. A., Farhan, M., Rachman, N. A., Nabiha, A. F., & Taufikurrohman, T. (2025). Peningkatan Pengelolaan Wisata Melalui Pelatihan Service Sequence dan Pengembangan Produk Berbasis Lokal di Astana Joglo Sidomulyo. *Sejagat: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 101–109. <https://doi.org/10.25047/sejagat.v1i3.5675>

Wardani, P. A., Kamiliyah NH, U. H., & Farhan, M. (2023). Community-Based Tourism optimization through institutional entrepreneurship in Sidomulyo Tourism Village. *Journal of Enterprise and Development*, 5(1), 102–122. <https://doi.org/10.20414/jed.v5i1.6846>

Wibowo, R. A. N. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen). *Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*, h 33.

Website:

<https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>)

<https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-indeks-kinerja-pariwisata-indonesia-peringkat-ke-22-dunia>