

DAFTAR PUSTAKA

- Agusnur, A. (2025). Efektivitas *Influencer Marketing* dalam Membangun Brand Awareness Produk Lokal. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 19–28. <https://pustakajurnal.web.id/index.php/jmbi/article/view/14/13>
- Ardiyansyah, Risnita, & Jailani, S. . (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arini, I. A. D. (2022). *INFLUENCER STRATEGI MARKETING EFEKTIF UNTUK MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KABUPATEN BULELENG*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55115/cultoure.v3i1.2045>
- Aryani, E. I., Purwanto, A., & Bayuardi, G. (2024). Pemetaan Wisata Berbasis Sistem Informasi Geografi di Kabupaten Sintang. *Geo Khatulistiwa : Jurnal Pendidikan Geografi Dan Pariwisata*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.31571/.v4i2.337>
- As-Syahri, H. (2024). Peranan *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12), 356–362. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12783992>
- Darmawan, S., & Setiawan, I. (2023). Potensi Objek Wisata di Kabupaten Semarang. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 4(2), 356–364. <https://doi.org/10.15294/inapes.v4i2.52317>
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Aministrasi Terapan*, 3(1), 264–272. <https://doi.org/10.31959/jat.v3i1.2560>
- Fauziyyah, E., & Cahyani, K. (2025). Strategi Pengembangan Promosi Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Diobjek Wisata Tenggir Park Kecamatan Ngargoyoso , Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/pjpp.v3i1.4898>
- Febriana, I., Hitasoit, E. R. P., Yazid, M. U., Fauziah, S., Sahira, S., & Kelaury, S. A. (2024). Strategi Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajara*, 7(4), 15938–15944. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.36988>
- Fiqram Adam Muhammad, I Gusti Bagus Rai Utama, N. P. D. K. (2023). The

- Influence of *Influencer Marketing* on Visiting Decisions to Canggu Tourism Village. *Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora*(JAKADARA), 02(01), 67–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.36002/jd.v2i1.2437>
- Handika, M. ., & Darma, G. . (2018). Macam-macam Teori Motivasi Menurut Ahli: Maslow Hingga Herzberg Handika, Made Resta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/601/370>
- Haratikka, H., & Silitonga, H. (2023). *Minat Perjalanan Wisata Pada Generasi Z di Tebing Tinggi*. 5(2), 101–111. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7631>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Herlim, Elva., Gultom, R.D.V., Waisa, C.J., Odira, M., Setiawan, B. (2025). *MINAT BERKUNJUNG DI SATUPAM TANGERANG SELATAN*. 3(7), 1810–1820. <https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/501>
- Ingriana, A., & Rolando, B. (2025). Efektivitas Strategi *Influencer Marketing* Dalam Panjualan Produk Di Era Digital. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, 1(5), 1–16. <https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER/article/view/128>
- Izzati, S., & Fasa, M. I. (2025). Memaksimalkan Dampak: Peran Strategis *Influencer Marketing* Dalam Lanskap Pemasaran Digital. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(4), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/thknfb76>
- Kamiliyah NH, U. H. (2020). *Persepsi Wisatawan Generasi Milenial terhadap Destinasi Wisata Kompleks Masjid Gedhe Mataram Kotagede Daerah Istimewa Yogyakarta* [Tesis, Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/187508>
- Maulana Rachmandani, I. I., Kusumah, A. H. G., & Sukriah, E. (2025). The Effect of Social Media Usage on Visiting Intentions: The Moderating Role of *Influencer* Following Behavior Among Generation Z in Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 2024, 116. <https://doi.org/10.24922/eot.v12i1.125161>
- Mikraj, A. L., David, I. P., & Saputra, A. (2023). Pemanfaatan Digital *Marketing* dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 345–353. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3>
- Mulyono. (2020). *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Web Informatika Teknologi (J-WIT)*, 7(2), 1–10. <https://ejurnal-wit.ac.id/index.php/J-WIT/article/view/100>
- Nurhabibah, N., & Farid. (2025). *Peralihan Pencarian Informasi ke Media Sosial oleh Generasi Z*. 4(2), 280–288. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34985>

- Panca, Gusti, Graha, PutraHanifan, Turgarini, Dewi, Ningsih, C. (2022). PERAN *INFLUENCER MARKETING* DALAM MENINGKATKAN TRAVEL INTENTION. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jih.v11i1.1667>
- Prasetya, D. (2024). Efektivitas *Influencer Marketing* dalam Meningkatkan Brand Awareness di Industri Kecantikan. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(4), 1887–1896. <https://doi.org/https://doi.org/10.32672/mister.v1i4.2128>
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 13074–13086. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27063>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(April), 1–8. https://journal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/viewFile/52178/27432
- Rahman, A.F.H., Gantina, D., Kawuryan, Y. L. (2025). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan Parasocial Interaction Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Hutan Kota Gelora Bung Karno Jakarta Pusat. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Dan Digital*, 1(1), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.30647/jpbpd.v1i1.1940>
- Sari, S. R., Hilmy, M. F., & Murti, N. K. (2022). Eco-humanist Tourism Perspective Towards Sustainability: The Case of Dusun Semilir, Indonesia. *Komunitas*, 14(2), 254–246. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v14i2.35776>
- Sastraningsih Ellyan, Diana, Haugesti, Y. (2023). Peningkatan Sektor Pariwisata Daerah Guna Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of EcomonicsDevelopment Reseach*, 4(2), 2023. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/ceej/article/view/3033/1604>
- Satiawan, A. A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Pengaruh Content Marketing , *Influencer Marketing* , Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09(01), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.238>
- Solis, B., & Webber, A. (2012). *The Rise of Digital Influence*.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A.S., Samadi, R. L. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO). *Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36229>

- Supatmana, R., & Suwarti. (2022). Pengembangan daya tarik wisata alam dan buatan berbasis. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.v1i1.181>
- Suwena, I. K. (2017). *PENGETAHUAN DASAR ILMU PARIWISATA*. Pustaka Larasan.
- Tarida Diami, Hutwan Syarifuddin, M. S. (2022). *Pengaruh Biaya Perjalanan, Jarak, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Muarajambi*. 5(2), 21–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jpb.v5i1.21194>
- Ulia, I. R., Syafalah, Z., Sefiana, L., Chansa, T. P., Gangga, A., & Nugraha, J. T. (2025). *Pengaruh Influencer Media Sosial Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa*. 3.
- Undang-Undang (UU) Nomor 18 Tahun 2025 Tentang Kepariwisata, Pub. L. No. 18 (2025). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/334481/uu-no-18-tahun-2025>
- Wariski, Irvan., J. (2023). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN INFLUENCER OLEH DINAS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI SUMATERA BARAT Irvan. *JMIAP: Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik*, 5(5), 353–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jmiap.v5i3.844>