

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Husna, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metode Penelitin Kuantitatif*.
- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian.
- Aflah, F. R., Risnawati, & Ramadhani, M. F. (2025). Penerapan Regresi Linier Berganda dalam Menilai Hubungan Antar Variabel dalam Penelitian Kuantitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 4195–4211.
- Alamri, R. J., Soepeno, D., & Poluan, J. G. (2024). Pengaruh *Delivery Accurcy dan Cash On Delivery (COD)* Terhadap *Customer Satisfaction Shopee Express* Manado (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2020). 12(4), 14–25.
- Anggrean, R., & Wijoyo, T. A. (2024). Inspirasi Menginap : Daya Tarik Media Sosial Instagram dalam Keputusan Tamu untuk Menginap di Aruss Hotel Semarang. 7(3), 634–645.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Arifin, E., Sudana, I. P., & Sagita, P. A. W. (2022). *Pengaruh promosi instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan millenial domestik ke curug ciherang bogor*. 10(1), 22–31.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. 7, 26320–26332.
- Azizah, N., & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 6637–6643.
- Cassandra, C., & Soeprapto, V. S. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Pasca Revitalisasi Ke Taman Mini Indonesia Indah (TMII) Claudia. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10, 310–335.
- Danurdara, A. B., Koesworodjati, Y., Rohmah, D. N., Rotua, E., & Ardiyanti, H. (2024). Konsep Komunikasi Pemasaran (A. A. & T. A. Marlin (ed.)).
- Dewi, M. S. R. (2024). Analisis Digital Branding Pada Akun Media Sosial Instagram @Umbulbrondong Klaten. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(2), 142–154. <https://doi.org/10.51977/jiip.v6i2.1871>
- Dwitania, F. S., & Pratiwi, A. (2022). Media Sosial Sebagai Media Penyebaran

- Informasi Covid-19 Oleh Diskominfo Kota Depok. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi Dan Alih Teknologi Pertanian*, 12(1), 1–20.
- Esmeralda, E., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram , *Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Sawah Kalimbuang Kabupaten Toraja Utara. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi*, 2(2).
- Falah, M. F. Al, Nurhayati, S., & Muzdalifah Muhammadun. (2024). *Shi`ar : Sharia Tourism Research Dalam Perspektif Pariwisata Syariah The Bugis Cultural Tourism : Cultural Heritage Of Mappadendang From A Sharia Tourism Perspective*. 02(April), 117–132.
- Firdausy, M. F. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Destinasi Wisata Museum Sonobudoyo Yogyakarta. 1–75.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Han, H. (2021). *Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality : a review of theories , concepts , and latest research*. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram Tourism : Menciptakan *Hype* Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @ Indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24, 105–118. <https://doi.org/10.31445/Jskm.2020.2856>
- Haryono, G., & Albetris. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136–143. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>
- Hutasuhut, N., & Albina, M. (2025). Instrumen Penelitian Pendidikan. *BLAZE: Jurnal Bahasa dan Sastra dalam Pendidikan Linguistik dan Pengembangan*, 3, 177–190.
- Imansari, & Kholifah. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan (Nomor 85).
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, E. N., & Yuswatiningsih, E. (2020). Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1679–1688.
- Kurniawan, R., Khoirunisa, S. D., Hapsary, A. D. N. A., & Nathania, N. (2025).

Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram dan TikTok dalam Pemebentukan *Brand Awareness Olivo Day Care*. Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial, 420–439.

Laili, U. F. (2020). *Buku Ajar Statistika 1*.

Loindong, S., Sumarauw, J., & Raintung, M. (2025). Peran *Planned of Behavior Theory* Sebagai Pemediasi Pengaruh *Online Traveller Review* Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Wiaw Kabupaten Minahasa Selatan. *Sibatik Journal*, 4(11), 3821–3840.

Luthfi, M., & Mubarak, M. T. (2023). Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 15, 161–179.

Maharani, R. A., & Usiono. (2024). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Partisipasi Publik: Transformasi Komunikasi di Era Informasi dan Sosial. *Jurnal Sains Student Research*, 2(6), 506–513.

Mau, D. P., Mahmudi, Mau, Y. P., & Artana, I. W. A. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN. *Jurnal Pro Bisnis*, 17(2), 82–96.

Munadi, H., & Holilah, I. (2025). Metode Komunikasi dalam Penyebaran Pesan Damai melalui Konten di Media Sosial Instagram @ gusbahaoofficial. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1, 32–40.

Munawaroh, I., Kusumah, A. . G., & Nirwani, A. (2025). Analisis Deskriptif Motivasi Dan Pengalaman Solo. *Jurnal Eko-Bisma*, 4(2), 109–118.

Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. 5(12), 5937–5948.

Nabilla, D., Dinanda, A., Khalisah, Z. H., Nst, N. S., Dea, Ramdhani, A., Azahra, F., & Windari, S. (2025). Museum Negeri Sumatera Utara Sebagai Destinasi Wisata Dan Media Edukasi Budaya. *Panorama Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(2).

Nabillah, S., Sumitra, N. R., & Rohimah, I. (2024). *Technological Revolution: Implementation Of Technology Museum In Creating Interactive Tourism By Era Society 5.0*. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 3(1), 26–32.

Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, T. M. (2023). Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram Oleh Media Parapuan. *Jurnal Common*, 7(1), 138–150.

Nuraswati, & Supriyadi, D. I. (2025). Pengaruh E-WoM dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Benang Kelambu di Lombok Tengah. *Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship*, 6(2), 247–256.

Pandriardi, Harling, V. N. Van, Wahab, A., Vaulina, S., Sutjiningtyas, S., Ningsih,

- E. K., Setyono, B. D. H., Rizqi, V., Harisuddin, M. I., Gaffar, S., Yuniarti, T., Rahmawati, A., Faujiyah, F., & Mudawanah, S. (2023). *Statiska Dasar*.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Vol. 4, Nomor 4).
- Patria, G., & Meldisia, F. (2021). Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Pada Pawonputri _ Tgr). *Seminar Nasional& Call For Paper*, 642–648.
- Permatasari, D. H., Fitriana, S., & Ariswati. (2024). Tingkat Penyesuaian Diri Siswa di SMK Negeri 2 Semarang. *JUANG: Jurnal Wahana Konseling*, 7(2), 248–254.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan G. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 121–134.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karya Abadi*, 5(2), 202–208.
- Purnama, D., & Hargyatni, T. (2025). Pengaruh Media Sosial, Harga, Dan Lokasi. *Jurnal Bisnis Dan Akutansi*, 15(2), 115–123.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah, Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rizal, R., Shandy, V. R., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*. 03(02), 58–67.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Salsabila, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Fadhilah, S. A. (2024). Pengaruh Globalisasi terhadap Perubahan Pola Komunikasi antar Budaya pada Generasi Z. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 13. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.110>
- Santoso, I. H. (2019). *Statistik I* Penerbit *Uwks Press*.
- Sarfraz, M., Kurdi, B. Al, & Rafiq, M. (2025). *How Digital Marketing Shapes Consumer Decision-Making Employing (AIDA) Model with Respect to Consumer Knowledge and Consumer Experience. International Jurnal of Management and Marketing Intelligence*, 2(1), 39–48.
- Sari, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Philips Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Yogya Grand Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 1(3), 282–287.
- Setiana, R., & Soebiagdo. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Keanggotaan Baru *Big Bro Muaythai Traning Camp. Journal of Creative Communication*, 4(2), 1–13.

- Sitepu, Friska A. B., & Atiqah, A. N. (2022). Pengaruh Penerapan Konsep Digitalisasi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 16, 1–10.
- Soemandi, R. R. A. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fried chicken home delivery. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 189–197.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Safitri, L., Flani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Subagio, V. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kedai Loeang Kopi Surabaya. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 363–373.
- Sugiyono, & Lestari. (2021). Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf (hal. 1–718).
- Suparna, G. (2022). *Determinan Revisit Intention* Pengunjung Museum Dalam Perspektif *Experiental Marketing*. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6, 22–42. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.4768>
- Suratnoaji, C., & Yuli, N. (2019). Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data.
- Tampubolon, K., & Siregar, B. (2023). Analisis Implementasi Sistem Merit bidang Pelayanan Publik di Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas Kota Medan. *All Fields of Science J-LAS*, 3(2), 1–6.
- Tarigan, E., Suprina, R., Leonandri, D. G., Pramanik, P. D., & Dewi, T. R. (2025). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pada Danau Situ Gintung , Ciputat , Tangerang Selatan , Provinsi Banten*. 30(2), 179–191.
- Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (Vol. 32, Nomor 3).
- Tatasari, T., Komaruddin, A., Meylani, M. R., & Hapsari, G. P. (2025). Peran Konten Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Persepsi Konsumen Terhadap *Brand Image*. *Social Sciencies Journal (SSJ)*, 3(1), 77–85.
- Teguh. (2022). Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis.
- Terimajaya, I. W., Dewi, N. L. S., Simamora, T., Sigamura, R. K., Nurhayati, Kusumastuti, S. Y., Bahana, R., Laka, L., Permatasari, A. H., Salma, A.,

- Sudarsani, N. P., Ardiansyah, & Basri. (2024). *DASAR-DASAR STATISTIKA (Konsep dan Metode Analisis)*.
- Triana, A., & Nurjamilah. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Samalengoh Camp Kabupaten Sumedang. *CENDEKIA Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, 2(9), 1804–1814.
- We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Your Ultimate Guide to the Evolving Digital World*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wibowo, A. (2020). *Perilaku Konsumen & Hubungan Masyarakat*.
- Wibowo, F. N., Wulansari, N., Mubarak, Z. Y., & Rahayu, A. (2025). Analisis Perilaku Konsumen Digital.
- Wiswasta, I. G. N. A., Sukamerta, I. M., Wedagama, D. M., & Agung, I. G. A. A. (2017). Metode Analisis dan Analisis Statistik Kuantitatif Deskriptif.
- Yusuf, M. A., Herman, H. T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02), 13331–13344.
- Zakiyah, N. N., Gunawan, & Ugik Romadi. (2022). Pengaruh Media Sosial Instragram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kopi Taji Lereng Bromo The Influence of Instagram on the Decision to Visit Kopi Taji L. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(1), 145–156.
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., & Putri, K. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan *The Role Of Social Media As A Digital*. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 26–39.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08 / RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(2), 324–333.