

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Afrina Sihombing, D., & I. B. Hariyanto, O. (2019). Digital Pemasaran Pariwisata dan Pendekatan Soft Skill di Destinasi Wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(2), 47–52. <https://doi.org/10.37253/altasia.v1i2.464>
- Arida, I. N. S. (2017). Ekowisata: Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata. In *Denpasar, Cakra Press*.
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro.
- Bambang Atmoko Dwi. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta : Media Kita. 2012.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Ii, B. A. B., Teori, L., & Hipotesis, D. A. N. (2016). Digital Marketing Digital Marketing. In □□□□□ (Issue September).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm*. <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>
- Matt Ahlgren 40+ STATISTIK & TREN INSTAGRAM [PEMBARUAN 2024] Diakses 24 Maret 2024 <https://www.websiterating.com/id/blog/research/instagram-statistics/#chapter-2>
- Larita, S., Halik, A., & Tajibu, K. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisata Sulawesi Selatan. *Jurnal Washiyah*, 1(1), 54–68. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/140>
- Sabila, & Amalia, N. (2020). *Digital marketing stekom (Issue September 2019). April*.
- Simon Kemp. DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT Diakses 01 Januari 2024 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Soleha, F., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 963–972. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.703>
- Sugiarto, Matthew, Instagram Marketing (Jakarta Selatan: PT.Pengembangan Lintas Pengetahuan, 2018)
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73–83.
- Widowati, D. (2020). Promotion of Typical Banten Culinary Tourism in Online Media to Support Banten Tourism. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 1–10.
- Wijana, I. D. P., Suhandono, Sutrisno, A., Kesuma, Y. T. M. J., Sajarwa, Hariri, T., & Hendrokumoro. (2021). *Metode Penelitian Bahasa*.
- Котлер, Ф. (2008). *No TitleМаркетинг по Котлеру*.