

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. 2022. Palembang: Bening Media Publishing.
- Alyusi. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. 2016. Jakarta: KENCANA.
- Amiarno, Y. (2022). Bauran Pemasaran, Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Radioterapi: Marketing Mix, Word of Mouth and Brand Image on Returning Interest in Radioterapi, *Journal of Public Helath Education*, 1(3), 117-129. <https://doi.org/10.53801/jphe.v1i3.20>
- Anshori dan Iswati. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2019. Surabaya: Airlangga University Press
- Aqmar, A. A. (2023). “Pengaruh Terpaan Akun Tiktok Kuliner Lampung @alejenes Terhadap Minat Wisata Kuliner Pada Followers”(skripsi). Lampung: Universitas Lampung.
- Aprilia, & Amrul Muzan, A. M. (2023). Pemanfaatan Media Digital Untuk Promosi Wisata Kampung Saribu Gonjong, *Journal of Sharia and Law*, 2(2), 660-675. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/article/view/1104>
- Ardinata, P.R., Susanti, R., & Rahmat, K.H. (2023). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat, *Jurnal ALTASIA*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i1.6796>
- Atmaja, J. (2023). Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*, 11(1), 151 - 157. doi:10.24843/JDEPAR.2023.v11.i01.p20
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US \$), 2021-2022. Available at: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE2MCMY/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html>
- Cantika, T. (2021). “Pengaruh Media Sosial Instagram “Pesona Sriwijaya” Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kota Palembang”(skripsi). Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Darma. (2009). *Buku Pintar Menguasai Internet*. 2009. Jakarta: Mediakita.

- Daryanto dan Rahardjo. (2016). *Teori Komunikasi*. 2016. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Dewa, B.C., & Safitri, A.L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie), *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), 65-71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari, *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4801-4810. <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.4024>
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, dkk. (2023). Pengaruh Terpaan Media Sosial Pada Akun TikTok @exploremajalengka Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata di Majalengka, *Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 4(1), 211-222. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.835>
- Hariski, Nazar Muhammad. (2021). "Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Banda Aceh"(skripsi). Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Herrman, J. (2019). How TikTok Is Rewriting The World. Available at: <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>
- Iradat, D. (2024). Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213-1056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Jemadu, L. (2022). Jakarta: Survei: Mayoritas Masyarakat Indonesia Pakai Internet untuk Buka Media Sosial. Suara, 10 Juni. Available at: <https://www.suara.com/tekno/2022/06/10/153429/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-pakai-internet-untuk-buka-media-sosial>
- Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. 2013. Jakarta: Erlangga.
- Leiper, N. (1990). *Tourism Management*, 1990. Australia: Person Hospitality Press.
- Middleton, V. F. (2009). *Marketing in travel and Tourism*. 2009. Great Britain: Elsevier.
- Miftahulhasanah, L & Maranisya, U. (2023). Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Event Gelar Jepang UI, *Jurnal*

*Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3 (3), 798-809.  
<https://doi.org/10.59141/comserva.v3i02.875>

Muhtar, N.I., B, Yusud., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Universitas, *Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 3(5), 226-233.

Musdalifah, M., Machmud, S., & Yusuf, R. I. (2021). Pengaruh Media Sosial Akun Instagram @Jjs\_Pangkepp terhadap Minat Berkunjung Followers ke Objek Wisata Pangkep, *Journal of Communication Sciences (JcoS)*, 4(1), 66-74.  
<https://doi.org/10.55638/jcos.v4i1.342>

Nurjanah, H. (2023). “Pengaruh Media Sosial Instagram @dolanboyolali Terhadap Minat Berkunjung Followers”(skripsi). Salatiga: Universitas Islam Negeri Salatiga.

Nurpratama, H. Putra. (2014). “Pengaruh Product Placement Terhadap Minat Beli (Analisa Regresi Sederhana Iklan Nokia Lumia 1020 Pada Music Video “Katty Perry – Roar” Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2012/2013, FPISB, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)”(skripsi). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Ohorella, N., Annisa., & Prihantoro, E. (2022). Pengaruh Akun Instagram @sumbar\_rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi, *Jurnal Ilmu Komunikasi (Komunika)*, 18(2), 46-54. :  
<https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9045>

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage, *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 14(4), 121-137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>

Paramita dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021. Lumajang: Widya Gama Press.

Priadana dan Sunarsi. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021. Tangerang: Pascal Books.

Prof. Dr. Otto. R. Payangan, SE. 2013. *Pemasaran Jasa Pariwisata*, 2013. Bogor: Percetakan IPB.

Rizaty, M. (2023). Data Jumlah Pengguna Tiktok di Indonesia hingga Oktober 2023. Available at: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia-hingga-oktober-2023>

- Shoelhi, Muhamad. 2015. *Komunikasi Lintas Budaya*. 2015. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Simanjuntak dkk. 2017. *SEJARAH PARIWISATA Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, 2017. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sirojuddin, A. (2019). "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT WISATAWAN (Studi atas Akun Instagram @lahatpedia sebagai Media Informasi Objek Wisata di Kabupaten Lahat)"(skripsi). Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. 2010. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Spillane, James. 1994. *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*, 1994. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 2019. Bandung: Alfabeta.
- Surgawi. ANALISIS PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENUNJUKI OBJEK WISATA (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*
- Suwena dan Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, 2017. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Syahdeini, Sutan Remy. 2009. *Kejahatan dan Tindak Perdana Komputer*. 2009. Jakarta: Pustaka Utama Gafitri.
- Widagdyo, G.K. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia, *Journal of Islamic Banking and Economics (Tauhidinomics)*, 1(1), 73-80. <https://doi.org/10.15408/thd.v1i1.3325>
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*, 2002. Bandung: Angkasa.