

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilani, T. L., Aminy, M. H., Fitri, S. E., & Azim, P. (2025). a Inovasi dalam Pengalaman Wisata: Menciptakan Atraksi Unik Sebagai Daya Ungkit Pertumbuhan Ekonomi di Desa Wisata Bilebante: Desa Wisata Bilebante. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 9(1), 29-43.
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Cheng, W., Tian, R., & Chiu, D. K. (2024). Travel vlogs influencing tourist decisions: information preferences and gender differences. *Aslib Journal of Information Management*, 76(1), 86-103.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Correia, R., Aksionova, E., Venciute, D., Sousa, J., & Fontes, R. (2025). User-generated content's influence on tourist destination image: a generational perspective. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 20(2), 167-185.
- Darmayani, P., & Mustofa, M. S. (2025). Penggunaan Konten Kreatif melalui Aplikasi TikTok sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata di Saloka Theme Park. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, 4(2), 96-105.
- Darmayasa, D., Judijanto, L., Mulya, R. A. S., Saputri, D. R., Djabbar, A., Renold, R., ... & Muchlis, N. F. F. (2025). *Interpretasi Daya Tarik Wisata*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fahimah, M. A., & Yuliani, S. F. (2023). Membangun identitas desa wisata melalui content marketing: Strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 99-109.
- Farid, M., Ibrahim, T., & Arifudin, O. (2025). Mekanisme pengambilan keputusan berbasis sistem informasi manajemen dalam lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Tahsinia*, 6(1), 86-103.
- Fibri, Y. H., & Ernawati, E. (2025). Keputusan Wisata Generasi Z: Eksplorasi Peran Media Sosial di Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 13-27.
- GALIH, R. T. (2025). PENGARUH KONTEN ONLINE TERHADAP NIAT PERILAKU WISATAWAN PADA WISATA SOLO SAFARI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN DAN INTERAKSI PEMASARAN DIGITAL. *EL-MAL: JURNAL KAJIAN EKONOMI & BISNIS ISLAM Ученые: Институт Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor*, 6(1).

- Ghaly, M. I. (2023). The influence of user-generated content and social media travel influencers credibility on the visit intention of Generation Z. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(2), 367-382.
- Haryono, G., Liantifa, M., Hamdani, D., Efdison, Z., & Yelnim, Y. (2025). *Manajemen Pemasaran Komprehensif, Teori Dan Implementasi Di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasibuan, M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Digital dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kelapa Pandan Wangi Labuhanbatu. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(10).
- Hidayati, F. N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 35-42.
- Hudson, E. K. (2024). Generation Z's Use of User-Generated Content for Travel Advice.
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi (Jurkom)*, 7(1), 86-100.
- Indonesia, R. (2009). Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Jakarta: Republik Indonesia*.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2026). *Statistik perjalanan wisatawan nusantara bulan Januari tahun 2026*. <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/statistik-perjalanan-wisatawan-nusantara-bulan-januari-tahun-2026>
- Kusumastuti, S. Y., Nurhayati, N., Faisal, A., Rahayu, D. H., & Hartini, H. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Lengkap Penulisan untuk Karya Ilmiah Terbaik. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- MAHA, I., & MAHAGANGGA, I. (2023). Analisis Dampak User Generated Content (UGC) Media Sosial terhadap Kunjungan Wisatawan ke Bali. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA Управління: Universitas Udayana*, 11(2), 345.
- Mustika, W., Kusuma, P. J., Anomsari, A., & Puspitasari, D. (2025). EKSPLORASI KONTEN TIKTOK TERHADAP MINAT WISATA MENURUT GENERASI Z. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 351-366.
- NADIASTUTI, N. S. (2025). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, USER-GENERATED CONTENT, DAN DESTINATION IMAGE TERHADAP*

VISIT INTENTION DI DESA WISATA WAE REBO (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).

NAIMAH, R. J., & Haryanto, R. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PERJALANAN WISATAWAN DI KALIMANTAN SELATAN. *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik dan Niaga*, 25(2), 137-142.

Nugraha, E. F., & Soleha, L. K. (2022). *Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Pada Trans Studio Bandung*. Prosiding. FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi), 6681(4), 330–336.

Paraty Tech. (2024). *Social media and Generation Z: keys to attracting new travelers*. Diakses pada 15 September 2025, dari <https://www.paratytech.com/en/news/social-media-and-generation-z-keys-to-attracting-new-travelers.html>

Pemerintah Republik Indonesia. (2025). *Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2025 tentang tata kelola penyelenggaraan sistem elektronik dalam perlindungan anak*. https://jdih.komdigi.go.id/produk_hukum/view/id/965/t/peraturan+pemerintah+nomor+17+tahun+2025

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.

Putri, L. R. W. (2025). Analisis Tren Penggunaan UGC di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Strategi Pemasaran Bisnis. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 9(1), 132-141.

Rachman, A., Setiawati, L., & Rafdinal, W. (2021, September). Pengaruh Informasi UGC dari Media Sosial pada Minat Berwisata di Destinasi Wisata Jawa Barat. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1466-1471).

Robert, D., & John, R. (1982). Store atmosphere: an environmental psychology approach. *Journal of retailing*, 58(1), 34-57.

Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2022). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. *Metode*, 1.

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.

SinPo.id. (2026, January). *Libur Nataru, kunjungan ke Taman Ismail Marzuki tembus 67 ribu orang*. SinPo.id. Diakses April 2026. (sinpo.id)

- Siregar, A. A. (2025). *Marketing Pariwisata di Era Digital: Strategi, Tren, dan Inovasi Masa Depan*. Aisyah Astinadia Siregar.
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80-94.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Wahid, N. N. R., Mulyati, A., & Nasution, U. C. M. (2025). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN USER GENERATED CONTENT DI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KOTA LAMA SURABAYA. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 5(02), 237-249.
- Wibowo, W., Choiri, A., Panggabean, N. A., & Fatiha, N. (2025). Instagrammable Tourism: Analisis Dampak Visualisasi Destinasi di Era Media Sosial. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(2), 111-119.
- Willyanto, V., & Tunjungsari, H. K. (2025). PERAN USER GENERATED CONTENT DAN DESTINATION IMAGE DALAM MEMBENTUK SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION KE CANDI BOROBUDUR. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 261-274.
- Hai, L. D., & Xiong, X. Y. (2025). Motivations behind Gen Z's news sharing on social media: a PLS-SEM study in Vietnam. *Frontiers in Psychology*, 16, 1604723.
- Yamagishi, K., Canayong, D., Domingo, M., Maneja, K. N., Montolo, A., & Siton, A. (2024). User-generated content on Gen Z tourist visit intention: a stimulus-organism-response approach. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1949-1973.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zahir, M. R. (2025). Analisis Efektivitas Konten Buatan Pengguna (ugc) Dan Konten Buatan Perusahaan (Fgc) Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek Di Era Digital. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(1), 165-174.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2021). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36.