

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R., Abidin, M., Pendidikan, D. P., Islam, A., Ambon, I., Universitas, D., Negeri, I., & Makassar, A. (2021). URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN (Vol. 6, Issue 2).
- Abiola Oke Elizabeth. (2023). The Relationship Between Internet Usage and the Search for Tourist Destinations: A Case of Nigeria. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4.
- Adikaputra Jacob, R., Tangdialla, R., & Marina Palimbong, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Toraja Utara. 2024, 88–96. <https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v1i2.46>
- Adheliana, D., & Sandy, D. (2023). DESAIN CONTENT MARKETING MEDIA SOSIAL GUNA MEMBANGUN BRAND AWARENESS DAYA POTENSIA INDONESIA DESIGN OF SOCIAL MEDIA CONTENT MARKETING TO INCREASE BRAND AWARENESS OF DAYA POTENSIA INDONESIA. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1.
- Ainun Haniyyah, D., Wahyudin, A., Djati, G., Komunikasi Penyiaran Islam, J., Dakwah dan Komunikasi, F., & Sunan Gunung Djati, U. (2023). Pemanfaatan Instagram Radar Bandung sebagai Media Alternatif Penyampaian Berita. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 8.
- Akase, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Alvin Wangka, H., & Noviandra Krisjanti, M. (2022). PENGARUH PAPARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA (STUDI PADA STUDIO ALAM GAMPLONG). *MODUS*, 32(2), 175–195.
- Andiaresmi, P., Universitas, R. P., & Harapan, P. (2023). Pengaruh Sosial Media

- Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- APJII. (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Creswell John W, & Creswell J. David. (2018). *Research Design* (5th ed.).
- Dewi, N. K., & Kusumawati, A. (2022). Pengaruh electronic word of mouth (eWOM) di media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata alam Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1), 45–58. <https://doi.org/10.21776/ub.jab.2022.021.01.05>
- Disporapar Jateng. (n.d.). Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2022-2024.
- Erwin Permana, Nadya Amanda, Noer Fhadya Dwi Aninda, & Syamsurizal. (2024). Penerapan Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(1), 60–75. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i1.308>
- Fiki Fiki, Fadhur Rosy, & Mashudi Mashudi. (2025). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Kesadaran Merek dan Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(1), 201–208. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i1.883>
- Gozali Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Gusti, I., Febrianto, A., Fitri Anggani, M., & Utama, I. P. (2025). Push dan Pull Factor Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang.

R2J, 7(4). <https://doi.org/10.38035/rj.v7i4>

- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (Koryati Try, Ed.; 1st ed.). KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Handayani, T., Sumarwan, U., & Suroso, A. I. (2021). Pengaruh kualitas konten eWOM terhadap minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali: Integrasi TAM dan Information Quality Theory. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 115–128. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.115-128>
- Indrayani, L., Informasi, S., & Kreatindo Manokwari, S. (2022). PENGENALAN DAN PENGGUNAAN SECARA OPTIMAL MESIN PENCARI (SEARCH ENGINE). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 163–170. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.559>
- Lubis Nazwa Salsabila, & Nasution Mohammad Irwandi. (2023). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN DAMPAKNYA PADA MASYARAKAT. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 01(12), 1–13.
- Mardian, O., Idrus, S., Masyhudi, L., Tinggi, S., & Mataram, P. (2024). MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DAYA TARIK WISATA KULINER PANTAI TANJUNG BIAS DITENTUKAN OLEH PELAYANAN. *JRT Journal Of Responsible Tourism*, 4(2).
- Ni, O., Sugiartin, M., Masyhudi, L., Abdullah, A., Tinggi, S., & Mataram, P. (2024). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON VISITORS' INTEREST TO THE KAMPUNG COKELAT SENARA TOURISM OBJECT. *JRT Journal Of Responsible Tourism*, 4(1).
- Picas, R. V., Priyadi, C., & Ardoyo, N. A. (2024). Analisis Social Media Marketing Instagram Kafe Upala Dalam Membangun Brand Awareness Generasi Z

- Jatiwaringin Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, 4(2).
- Pradana, M., & Rizkalla, N. (2021). Pengaruh electronic word-of-mouth (eWOM) terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–10.
<https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3769>
- Qomariah, N., Al-Utsmani Bondowoso, S., Jannah, W., Sa', H., Stai, A., & Bondowoso, A.- U. (2024). PENERAPAN *CONTENT* MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELI DALAM PERSPEKTIF SYARIAH DI TUKU-TUKU STORE BONDOWOSO. *Ekonomi Syariah*, 3.
- Rahman, Y. (2023). Analisis Konten Visual pada Akun Instagram Desa Ciburial sebagai Sarana Promosi Wisata. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/>
- Rasyid Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). PENGARUH AKUN INSTAGRAM @SUMBAR_RANCAK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI. 18(2), 2022.
- Restrepo-Sarmiento, J., Londoño-Cardozo, J., Andrea, P., & Torres, G. (2023). Digital Transformation in the Tourism Sector: A Literature Review. 1–30. <https://orcid.org/0000-0003-2818-2478>
- Saputra, R., & Fachruddin, R. (2022). Aplikasi Information Adoption Model pada perilaku wisatawan digital di Indonesia: Peran eWOM dan information overload. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 88–102.
<https://doi.org/10.55849/jebd.v1i2.95>
- Saputra Aprinal Eko, & Sari Rini Eka. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI KUNJUNGAN WISATA KE PULAU SIRANDAH PADANG (Vol. 10, Issue 1).
- Sihotang, H., Pd, M., Penerbitan, P., Buku, P., & Tinggi, P. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Simanihuruk Peran, Zilfana, Prahendratno Antonius, Tamba Darwis, Sagala Roslinda, Ahada Roby, Br Purba Mery Lani, Hidayat Deddy Rakhmad, &

- Rachman Sitti Hartini. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen - Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital* (Efitra & Sepriano, Eds.; 1st ed.). PT. Senopedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (19th ed.). ALFABETA, Cv.
- Suri Made. (2022). Pengaruh *Content Marketing* Pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Kunjung *Followers* ke Pulau Bali Pada Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 01, 3684–3694.
- Untari Dewi, & Fajarina Dewi Endah. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2, 271–278.
- Utami, A. T., Wufron, W., Aji, A., Wahid, A., Diana, D., & Rahayu, A. (2022). Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22, 048–058. www.jurnal.uniga.ac.id
- Vidyanata, D. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model Application in Examining The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions in The Healthcare Industry: The Mediating Role of Brand Trust. *Journal of Applied Management (JAM)*, 20(3), 651–667. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.14>
- Wirawan Putu Eka, Octaviany Vany, & Nuruddin. (2022). *Pengantar Pariwisata* (Widiastuti Nindy, Ed.; 1st ed., Vol. 3). Nilacakra Publishing House.