

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Brogan, C. (t.t.). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Darma, B. (t.t.). *Statiska Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Guepedia.
- Evans, D. dan M. Jake. (2010). *Praise for Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*.
- Kesumawati, N., R. A. M., & S. N. (2021). *Pengantar Statistika Penelitian* (4 ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. and K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. J. T. B. J. C. M. and S. Baloglu. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- Muhidin, S. A., & A. M. (2009). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian* (1 ed.). CV. Pustaka Stia.
- Mulyadi, M. (2011). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Mulyana, D., & N. I. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Nurdin, I., & H. S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (S. H. Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendekia.
- Puspita, A. N. (2022). *Keajaiban Sosial Media*.
- Salim, & S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Ke-5). Citapustaka Media.
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan Masa Hidup* (13th ed., Terjemahan). Erlangga.
- Sinambela, L. P., & S. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Ke-2). Bandung:CV.

Skripsi dan Jurnal :

- Alghozali, P. (2023). *ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @museum_situspatiayam sebagai promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung.*
- Annisa, R. F., & H. P. (t.t.). Pengaruh Terpaan Iklan di Instagram terhadap Minat Pengunjung Pariwisata di Dusun Semilir. *Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 4(1).
- Azzara, V. P., & Prasetyo, T. (2024). Analisis Konten Instagram Terhadap Minat Pengunjung (Studi Kasus: Museum Seni Rupa dan Keramik). Dalam *Management & Accounting Expose e-ISSN* (Vol. 7, Nomor 1).
<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Cheng, T.-M., & Lu, C.-C. (2013). Destination Image, Novelty, Hedonics, Perceived Value, and Revisiting Behavioral Intention for Island Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 766–783.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2012.697906>
- Danuri, M., Informatika, M., Teknologi, J., & Semarang, C. (t.t.). *PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL.*
- Djarmiko, B. (2015). *Peran Instrument Media dalam Strategi Pemasaran Digital” — dalam Jurnal Komunikasi & Media, Vol. X, No. X, hlm. XX–X.*
- Hasbullah, B. S. (2022). *Pengaruh Promosi Wisata Alam di Instagram @explorejogja terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta.*
- Mau, D. P. , M. M. , L. T. , M. Y. P. , & A. I. W. A. (2023). Pengaruh media sosial terhadap keputusan konsumen dalam memilih destinasi wisata kuliner di Kota Surabaya. *Probisnis*, 17(2), 101–115.
- Milhinhos, P. (2015). Measuring the effectiveness of digital content: Content relevance, accuracy, and consistency. *Journal of Digital Marketing*, 4, 23–35.
- Nugroho, A. and P. R. A. (2022). Pengaruh konten lokal terhadap minat konsumen di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 101–110.
- Nurul Anisa, Prayudi, H., & Ramadhani, A. (2024). Media Representation and Digital Engagement: Analyzing @IndonesianMedicalCenter’s Impact on Public Health Communication. *Ilomata International Journal of Social Science*, 5(1), 254–271.
<https://doi.org/10.52728/ijss.v5i1.1107>

- Omeish, F., Sharabati, A. A. A., Abuhashesh, M., Al-Haddad, S., Nasereddin, A. Y., Alghizzawi, M., & Badran, O. N. (2024). The role of social media influencers in shaping destination image and intention to visit Jordan: The moderating impact of social media usage intensity. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1701–1714. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.2.017>
- Poppy Poppy, Hana Ulinuha, & Fajar Anugrah Subhi. (2024). Pengaruh Instagram Ocean Dream Samudra Ancol terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 190–197. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2877>
- Putra, G. B. S. K. dan K. H. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi (JAB)*, 26 (2), 1–8.
- Rasyid Ohorella, N., & Prihantoro, E. (t.t.). *PENGARUH AKUN INSTAGRAM @SUMBAR_RANCAK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI* (Vol. 18, Nomor 2).
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 40–60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115–122. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>
- Tunisa, W., & Subhan, M. (2024). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, TOURISM FACILITIES AND CUSTOMER SATISFACTION ON THE INTEREST OF RE-VISITING TOURISTS IN MEPAR CAMPING TAKENGON. Dalam *International Journal of Social Science*.
- Zakaria, D. Z. (2023). *PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @EXPLORESURABAYA DAN MOTIF BERWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG ANAK MUDA KECAMATAN SIDOARJO KE DESTINASI WISATA SURABAYA.*

Internet :

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Laporan Survei Internet Indonesia Tahun 2024. <https://apjii.or.id>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Penduduk Indonesia*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>
- Bisnis.com. (2021, Juli 27). *Pandemi akan ubah bentuk pusat perbelanjaan, open space jadi tren*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210728/47/1423154/pandemi-akan-ubah-bentuk-pusat-perbelanjaan-open-space-jadi-tren>
- By The Sea PIK, Fashion District Mall dengan Nuansa Laut Seperti di Luar Negeri. (2022, Oktober 26). <https://travel.indozone.id/news/951269886/by-the-sea-pik-fashion-district-mall-dengan-nuansa-laut-seperti-di-luar-negeri>
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- DataReportal. (2025, Januari). *Digital 2025: Indonesia — Data, insights, and trends*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Karim, R. (2015, Maret). *Pengertian Subjek Penelitian : Perbedaan dengan Objek dan Contoh*. . <https://penerbitbukudeepublish.com/pengertiansubjek-penelitian/>.
- Kompas.id. (2020, Juni 19). *Konsep ruang publik berubah setelah pandemi*.
- Property Lounge. (2024, Februari 7). *Bagaimana pandemi merubah preferensi konsumen dalam memilih properti?* <https://www.propertylounge.id/bagaimana-pandemi-merubah-preferensi-konsumen-dalam-memilih-properti>
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>