

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 2(1), 42–47.
<http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Alvionita, S., Sutanto, E. G., Ayuningtyas, N. D., Wati, N. K., & Dewantara, M. H. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Efikasi Keputusan Perjalanan Generasi Z dalam Memilih Destinasi Wisata di Jabodetabek. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 2(1), 35–58.
<https://doi.org/10.34013/mp.v2i1.372>
- Andini, R. I. N. N. R. D. (2024). Efek digital marketing terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata dimediasi oleh minat berkunjung. *MBR (Management and ...)*, 8(1), 62–73.
<https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr/article/view/10283%0Ahttps://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr/article/download/10283/4436>
- Arpan, Y. (2023). Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 561. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1075>
- Arum, N. A. D. A. Z. L. S. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>

- Carroline, A., & Ritonga, R. M. (2024). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9522–9526. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5380>
- Elake, A. A., Ronald, S., Saleky, J., & Ufie, A. J. R. (2024). *VOL 3 , NO . 1 , MARET 2024 Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua , Kabupaten Maluku Tengah*. 3(1), 264–272.
- Gofar, S., & Chrismardani, Y. (2024). *Pengaruh Konten Visual Di Instagram Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Gen Z*. 5(2), 64–74.
- Gunteja, A. D. S. E. M. B. P. (2021). Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Coffee On The Bus PO. Rejeki Transport Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 4(2), 176–186. <https://doi.org/10.36594/jtec/366d8q08>
- Hanindharputri, S. U. I. G. B. B. B. A. M. A. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.1079>
- Heatubun, F., & Rahaded, L. (2024). *Analisis Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Di Taman Wisata Maneken Prafi Manokwari*. 7(3), 1051–1055.
- Herni, S. (2022). Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Curug Malela Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 219–226.

<https://doi.org/10.35326/medialog.v5i1.1284>

Himma, F. (2024). *digitaloka.com*. 10 October. <https://digitaloka.com/konten-visual-adalah/>

Kirom, I. W. J. A. P. S. N. R. (2016). *Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan*. 536–546.

Kusumawati, T. D. (2023). *Analisis Minat Kuliah Mahasiswa di STIE Gentiara Bandar Lampung Melalui Media Periklanan*. 15(2), 141–149.

Manjillatul Urba, Annisa Ramadhani, Arikah Putri Afriani, & Ade Suryanda. (2024). Generasi Z: Apa Gaya Belajar yang Ideal di Era Serba Digital? *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 50–56. <https://doi.org/10.54259/diajar.v3i1.2265>

Mertha, J. I. M. L. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Quadrant.

Meydiatrik, W. (2024). *Pengaruh Konten TikTok terhadap Niat Berkunjung ke Destinasi Wisata di Yogyakarta*.

Miarsih, A. G. S. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 117–123. <https://doi.org/10.36594/jtec/3ngc3f71>

Namira, A. A., Made, I., Gunadi, A., & Nurhidayati, H. (2023). Mengenal Preferensi Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan: Pengaruh Konten Tiktok terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan ke Destinasi

- Wana Wisata Ranca Upas Bandung. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 5(1), 1–7. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124.
- Oktarin, I. B., Saputri, M. E. E., Magdalena, B., Hastomo, T., & Maximilian, A. (2024). Leveraging ChatGPT to enhance students' writing skills, engagement, and feedback literacy. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(4), 2306–2319. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i4.1600>
- Putri Anggoro, M. E. O., & Pranata, L. (2020). Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi Di Sweetescape Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 79–82. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>
- Rachmadhania, N., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(1), 210–217.
- Rahman, Y. (2023). Analisis Konten Visual pada Akun Instagram Desa Ciburial sebagai Sarana Promosi Wisata. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.34010/visualita.v12i1.10736>
- Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic. *Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip Dan Paradigma Interaksi Manusia Dan Komputer*

Menggunakan Evaluasi Heuristic, 11(3).

Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sari, M. L., Mariani, N. W. R., & Sulasmini, N. M. A. (2024). Pengaruh Viral Marketing Dalam Tiktok Terhadap Minat Berkunjung Ke Alam Caldera Kintamani, Bali. *Berajah Journal : Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, 4(3), 805–814.

Setyaning, L. E., Ardianto, V. M., & Marry, F. (2022). *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Berkunjung di Era New Normal pada Kolam Renang Umbul Kating Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Badan Usaha Milik Desa Purwodadi Mekar selaku pengelola Kolam Renang Umbul Kating yaitu Bapak Tri Karyono*. 14, 249–261.

Shabila, R. W. A. R. Z. G. K. W. N. S. A. N. K. M. F. P. S. G. I. (2024). *Analisis Skema Promosi Pariwisata Melalui Tiktok Terhadap Minat Kunjungan Tsukamie Noodle Bandung*. 3, 156–159.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.); 1st ed.). Alfabeta, cv.

Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.

Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (23rd ed.). Alfabeta, cv.

Suyarti, S., Suhendi, A., & Kumagaya, Y. (n.d.). *Pemasaran Produk Pendidikan*. 65–78.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Vieri, C., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Influencer dan Konten Visual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Kahf di Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 506–525.
<https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1928>