

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. K., Hi, S., Jannah, M., Pd, M., Aiman, U., Pd, S., Hasda, S., Pd, M., Fadilla, Z., Taqwin, N., Kep, S., Kes, M., & Saputra, N. (t.t.). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Affandi, M. N., Rahman, I. F., Giyona, R. L., Aldia, D., & Desma, M. (2023). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow. . . *September*, 6(2).
- Arifin, Rudi. 2023. Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/2022>
- Blain, C., Levy, SE. and Brent Ritchie, J.R. (2005). 'Destination Management Organizations'. *Journal of Travel Research*, 43 (may): 328-38, p.337.
- BPS Jateng. 2022. Luas Wilayah Menurut Kabupaten atau Kota. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjEzIzI=/luas-wilayah-menurut-kabupaten-kota.html>
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. 2022. Kunjungan Wisatawan ke Jateng Naik 291 Persen. <https://jatengprov.go.id/publik/2022-kunjungan-wisatawan-ke-jateng-naik-291-persen/>
- Gunawan, R., & Pk, A. (t.t.). *Perancangan Destination Branding Desa Poncokusuno, Malang*.
- Jannah, R., Rohman, N., Kiswanto, A., Hayatri, M. A. S., & Ashartono, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung ke Gunung Api Purba Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal*

Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 6(2), 361–369.

<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.60942>

Jurnal Pariwisata, Vol. 6 No 1 April 2019. (2019).

6(1).

[https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784)

[Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784)

[85/RO=10/RU=https%3a%2f%2fejournal.bsi.ac.id%2fejournal%2findex.ph](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784)

[p%2fjp%2farticle%2fdownload%2f4614%2fpdf/RK=2/RS=KLLH9X5ux7](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784)

[uwMOJ11evr9XyJ7dM-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA3W1qaxnmglAOCPLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=17405784)

Hakim, M. 2019. Potensi Dan Pengembangan Obyek Pariwisata Curug Jeglong

Kabupaten Kendal Kabupaten Plantungan Jawa Tengah. *Journal of Tourism*

and Economic Vol.2 *Journal of Tourism and Economic* Vol.2. DOI:

<https://doi.org/10.36594/jtec/qqsjhp50>

Kotler, Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global*

Edition. England. Pearson Education Limited.

Kotler. P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New

Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc

Krisnawati, I. (t.t.). *Program Pengembangan Desa Wisata Sebagai Wujud*

Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid

dan Implementasinya (Sebuah Studi Literatur). 4(2).

Kurniasari, K., Widiyanti, E., & Hidayah, A. (2024). *Literatur Review: Pengaruh*

Media Sosial terhadap Industri Pariwisata dari Perspektif Destinasi dan

Wisatawan. *Indonesian Journal of Tourism Business and Entrepreneurship*.

Kusubandio, Wishnutama. (2020). Outlook Pariwisata & Ekonomi

Kreatif Indonesia.

https://bankdata.kemenparekraf.go.id/upload/document_satker/a6d2d69c8056a29657be2b5ac3107797.pdf

Mairi, F. L., Onsu, R. R., & Tulung, L. E. (2023). Pengaruh Promosi Desa Wisata Budo Melalui Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung Wisatawan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 59–63.

<https://doi.org/10.35797/jab.13.1.59-63>

Morgan, N., & Pritchard, A. (t.t.). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*.

https://www.academia.edu/67432758/Destination_Branding_Creating_the_unique_destination_proposition

Nainggolan, Y., Zaini, M., & Althalets, F. (t.t.). Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan. 6. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20vunita%20\(08-03-](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20vunita%20(08-03-18-01-36-02).pdf)

[18-01-36-02\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20vunita%20(08-03-18-01-36-02).pdf)

Nandy. 2024. Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya.

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>

Novita, S., & Firmansyah, F. (2021). Strategi Destination Branding Waduk Jatiluhur Sebagai Wisata Air Unggulan di Jawa Barat. *Jurnal Audience*, 4(01), 1–27. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4235>

Nurjannah. 2021. Enam Karakteristik New Media Menurut Dennis Mc Quail.

<https://bekasi.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-121705520/6-karakteristik-new-media-menurut-denis-mc-quail?page=2>

Oktaviyanti, S. S. (2013). *Dampak Sosial Budaya Interaksi Wisatawan dengan Masyarakat Lokal di Kawasan Sosrowijayan.* 5.

https://journal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/viewFile/6693/5256

Ombeng, L. I. C., Purwati, E., & Anggoro, A. D. (t.t.). *Strategi Destination Branding Desa Wisata Taman Sekar Wilis Desa Sareng Kecamatan Geger Kabupaten Madiun.*

Pomantow, C., Langi, F. M., & Waworuntu, C. N. (2022). *Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado.*

Putri, Marsoyo. (2023). Prospek Destinasi Wisata Di Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 5(2), 75-76.

https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPpkx1o6xnfwIAWHHLOWx.:vlu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1740576885/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjurnal.uns.ac.id%2fcakra-wisata%2farticle%2fdownload%2ff5430%2f42009/RK=2/RS=iq5j3wcKiUAArfl8EGO_gD2N2Zg-

Sangadji & Sopiah. (2016). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Saragih, M. G. (t.t.). *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. 2022.

https://www.researchgate.net/publication/370060422_PENGEMBANGAN_PARIWISATA_BERKELANJUTAN/link/643d14fbe881690c4bdd144

[2/download? tp=evJib250ZXh0lp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/08/EJOURNAL%20YANTI%20RATNA%20SARI%20(08-28-22-11-56-50).pdf)

Sari, Y. R., & Erawan, E. (t.t.). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kutai Kartanegara. 10.

[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/08/EJOURNAL%20YANTI%20RATNA%20SARI%20\(08-28-22-11-56-50\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/08/EJOURNAL%20YANTI%20RATNA%20SARI%20(08-28-22-11-56-50).pdf)

Sekretariat JDIH, Kemenparekraf. 2010.

[https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/126967/NOMOR%2015%20TAHUN%202019%20\(DESA%20WISATA\).pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/126967/NOMOR%2015%20TAHUN%202019%20(DESA%20WISATA).pdf)

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. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>

Simatupang, S., Butar-butur, M., & Nainggolan, C. D. (2021). *Konsep Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung ke Air Panas Pangururan*. 6.

Sugiyono, P., Dr. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Thabroni, Gamal. 2022. Keputusan Pembelian : Pengertian, Proses, Dimensi, Indikator, dsb.

https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/#google_vignette

Tjiptono, F. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*.

Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Utami, A. H. (t.t.). *MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK*

MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA.

https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPrMaKzaxnMAIA6tbLOwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2ViA3Ny/RV=2/RE=1740587659/RO=10/RU=https%3a%2f%2fe-journal.unair.ac.id%2fPERPUS%2farticle%2fdownload%2f23377%2f15052/RK=2/RS=s7B_hlg33hkTGuO4NifAa5eeSyU-

Warikar, E. F. (2024). *Industri Media Massa Lokal*.

Yatmo, Dwi. 2023. Apa yang dimaksud dengan Branding Lebih dari Sekedar Nama dan Logo.

<https://pemalang.pikiran-rakyat.com/edukasi/pr-2407314199/apa-vang-dimaksud-dengan-branding-lebih-dari-sekadar-nama-dan-logo?page=all>

Yusup, E. (2023). *Pengaruh instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata Ciater*. 9(2)