

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad Aulia, & Tri Sudarwanto. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(3): 953–58.
- APJII. (2023). Laporan Survei Internet APJII 2022-2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved from https://survei1.apjii.or.id/download_survei/ef7b6b50-d5db-4081-86a1-ad78470268ae
- Billy, I., & Anush, H. (2024). The Digital Evolution-need to adapt education for a Tech-Savvy Generation. *The Business and Management Review*, 15(1), 112-127.
- Cowan, Kirsten, Ben Marder, Laura Lavertu, and Jiayuan Li. 2025. “(How) Does the Number of Followers Impact the Success of Influencer Marketing? A Construal Level Perspective.” *Journal of Advertising Research*, April, 1–20. doi:10.1080/00218499.2025.2482276.
- Dewa, Chriswardana Bayu, & Lina Ayu Safitri. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12(1): 65–71.
- Endang Susumaningsih, Purnawan, Yossyafra. (2020). STUDI AKSESIBILITAS OBJEK WISATA DI KABUPATEN PASAMAN. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 3(1): 1–10.
- Ferbita, Lyra Vellaniza, Yanti Setianti, & Sussane Dida. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial Era Digital Dimulai Dengan Semakin Pesatnya Jaringan Internet. Kondisi Menyebabkan Pergeseran Budaya Manusia Dalam Berkomunikasi Dan Berinteraksi Satu Sama Lain. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna* 16(2): 113–36.
- Hasanah, R., & Fauziyah, A. N. (2024). Pengaruh Konten TikTok Solo Traveling @Jadiginimi terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(1), 45-57.
- Hendrily, M., & Puspita, S. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial TikTok pada Keputusan Berwisata di Bali. *MIA: Jurnal Manajemen Islam dan Akuntansi*, 12(2), 184-193.

Herdiyani, Sankist, Cecep Safa'atul Barkah, Lina Auliana, & Iwan Sukoco. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis* 18(2): 103–21.

Khairul Nuzuli, A., & Kristian Natalia, W. (2021). Some rights reserved Motif Penggunaan Aplikasi Tik Tok di Kota Semarang. *JURNAL INTERACT*, 10(2).
<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited. Khairul Nuzuli, A., & Kristian Natalia, W. (2021). Some rights reserved Motif Penggunaan Aplikasi Tik Tok di Kota Semarang. *JURNAL INTERACT*, 10(2).
<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>

Meliantari, Dian, & Ari Apriani. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Ke Kampung Cibarengkok. *Jurnal Kewarganegaraan* 7(2): 1562–69.

Mulyana, A. N., & Listiani, E. (2024). Personal Branding melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1), 75-80.

Namira, Anasyah Alma, I Made, Adhi Gunadi, & Hindun Nurhidayati. (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.

Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>

Pariyanti, Eka, Rinnanik, and Buchori. (2020). *Objek Wisata Dan Pelaku Usaha*. Surabaya: PUSTAKA AKSARA.

Pourazad, N., Stocchi, L. & Simmonds, L. Influencers and the choice of a travel destination: a customer journey and information processing perspective. *Inf Technol Tourism* (2025).
<https://doi.org/10.1007/s40558-025-00330-6>

Rahman, F. A., Hadiapurwa, A., & Nugraha, H. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Akademis Siswa SMAN 2 Cimahi Melalui Media Sosial. *Jurnal Pustaka Budaya*, 10(1),

48-59.

Salsabila Ramadanti, A., Natta Santosa, D., & Cahyaningsih, Y. (n.d.). PENGARUH TINGKAT EFEKTIVITAS KONTEN TIKTOK @DOLAN.AJA PADA MINAT PENGUNJUNG REMAJA DI DESTINASI WISATA YOGYAKARTA (STUDI AKUN TIKTOK @DOLAN.AJA). Universitas Tidar.

Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 3(2), 89-98.

Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sinurat, A., Setiawan, A. W., Djoko, G., & Febryano, I. G. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Kerang Mas Lampung Timur Ditinjau Dari Segi Push Factor (Faktor Pendorong) Dan Pull. *Warta Rimba: Jurnal Ilmiah Kehutanan*, 10(2), 8-12.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 1st ed., Vol. 1). ALFABETA.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.