



## DAFTAR PUSTAKA

- Andina, S. A., dan Aliyah, I. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya candi borobudur. *Cakra Wisata*. 22(1).
- Anggraeni, H. E., Febby, R dan Sutiyarmo. 2022. Perawatan kuku kuda pacu thoroughbred di eclipse stud and *Stable*. *Journal of Applied Veterinary Science and Technology*. 3: 31 – 34.
- Andiaresmi, P., dan Pramono, R. 2023. Pengaruh sosial media marketing dan destination image terhadap minat berkunjung ke Kebun Raya Bogor. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*: 3(4): 373-381.
- Andini, P. R. 2023. Pengaruh konten pada official akun *Tiktok* ruangguru terhadap prestasi belajar followers. *Jurnal Teroka*. 1(1): 15-24.
- Antasari, C., dan Pratiwi, R. D. 2022. Pemanfaatan fitur *Instagram* sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *Kinesik*. 9(2): 176-182.
- Alhadi, H. A., dan Usiono, U. 2025. Dampak penggunaan media sosial terhadap produktivitas generasi-z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2(3):49-54.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Statistik Kependudukan: Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin. Nasional.
- Beemt, A. Van Den, Thurlings, M., dan Willems, M. 2020. Towards an understanding of social media use in the classroom: a literature review. *Technology, Pedagogy and Education*. 29(1). 35 – 55.
- Bella, S. 2020. Dunia Perlahan “Terbelenggu” oleh *Instagram*. Intrans Publishing Group. Malang.
- Charli, C. O., dan Putri, D. A. 2021. Pengaruh social media marketing, fasilitas wisata dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*. 9(2): 40 – 48.
- Chairunnisa, N. H., dan Susandy, G. 2024. Pengaruh social media marketing, destination branding, dan destination image terhadap minat berkunjung konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*. 3: 63-74.
- Dabbous, A. dan Barakat, K.A. 2020. Bridging the daring offline gap: Assessing the impact of brands’ social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 53:101966.
- Dewi, N. P. A. L. 2022. Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata sukawana sunrise. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*. 1(2):276-285.



- Dewanto, R. F. 2022. Pengaruh digitalisasi dan citra destinasi pariwisata terhadap tingkat kepuasan pengunjung di malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*. 6(4): 537–552.
- Eddyono, F. 2021. *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia. Jawa Timur. Indonesia.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., dan Muksin, N. N. 2023. *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Fajrianti, P., dan Sastika, W. 2018. Analisis penerapan promosi social event melalui social media *Instagram* hotel mercure bandung city centre kota bandung tahun 2018. *eProceeding of Applied Science*: 4(3): 1 – 7.
- Fadhilah dan Galih, G. S. 2021. Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial *Tiktok* terhadap keputusan pembelian generasi z. *INOVASI: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*. 17(3).
- Fachreza, K. A., Harvian, M., Zahra, N., Islam, M. I., Daffa, M., dan Wardiyah, M. L. 2024. Analisis komparatif antara probability dan nonprobability dalam penelitian pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*. 1(3): 108-20.
- Fahlepi, M. R., dan Widjaja, A. 2019. Penerapan metode multiple linear regression untuk prediksi harga sewa kamar kost. *Jurnal STRATEGI - Jurnal Maranatha*. 1(2):615–629.
- Ferdinand, A. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fitriantono, M. R., Kristiyanto, A., dan Siswandari, S. 2018. Potensi alam untuk olahraga rekreasi. *Prosiding Seminar Nasional IPTEK Olahraga (SENALOG)*. 1(1).
- Fitrie, H., dan Kellen, A. 2020. *Instagram* tourism: menciptakan hype pada destinasi wisata (studi pada akun @indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 24(2): 105–118.
- Fiona, Y. P. 2022. *Kajian Potensi Pengembangan Wisata Berkuda di Jakarta International Equestrian Park*. Skripsi. Poltekpar NHI. Bandung.
- Ghozali .200., *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Penerbit: Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., dan Wahid, U. 2020. Pemanfaatan media sosial *Tiktok* sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di



- Indonesia untuk mencegah COVID-19. *Commiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5(2): 70–80.
- Hamid, N. S. 2022. Model Peningkatan Reintention To use Instagram Melalui Context, Communication, Collaboration, dan Connection. Skripsi. Universitas Islam Sultan Agung. Semarang.
- Hermastuti, A. 2025. Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk Promosi Wisata. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hidayat, S. 2018. Model pengembangan pramuwisata olahraga dalam bisnis pariwisata di Provinsi Bali. *Jurnal Penjakora Fakultas Olahraga dan Kesehatan*. 5(1): 8–16.
- Hysa, B., Zdonek, I., dan Karasek, A. 2022. Social media in sustainable tourism recovery. *Sustainability* 14, 760. 1 – 24.
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., dan Mahmudin, T. 2024. Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 8(2).
- Indika, D. R. dan Jovita, C. 2017. Media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. 1(1).
- Jayanti, E., dan Prawiro, J. 2024. Analisis peran media sosial terhadap wisata di agrowisata gunung mas bogor. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. 2(1):15-15.
- Jain, N. K., Kamboj, S., Kumar, V., dan Rahman, Z. 2018. Meneliti hubungan konsumen-merek di *platform* media sosial. *Intelijen dan Perencanaan Pemasaran*. 36(1): 63-78.
- Kristina, E. 2023. Evaluasi Pengembangan pegasus *Stable* sebagai wisata alam di carigin, bogor. Undergraduate thesis. Universitas Pradita.
- Kristanti, S. A., dan Eva, N. 2022. Self-esteem dan self-disclosure generasi Z pengguna *Instagram*. *Jurnal Penelitian Psikologi*. 13(1): 10-20.
- Kotler, P., James, C. M., John, T. B. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism*, Edisi ke-6. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kusumoarto, A., Rahmat, R dan Nindi, R. D. 2024. Conceptual design of yarla *Stable* bogor horse riding and archery education and training area. *Lakar Jurnal Arsitektur*. 7(1): 01 – 19.



- Kusuma, R. G. P., Roni. M. S., Enjang. N. 2024. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Media Teknologi*. 20(2): 130 – 139.
- Mardianto, D. 2023. Komunikasi ekspresif penggunaan media sosial *Tiktok* (studi kasus generasi z usia 18–23 tahun). *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*. 3(2): 50–58.
- Melindasari, R. A., dan Ariescy, R. R. 2024. Analisis efektivitas penggunaan video content sebagai media promosi pada perusahaan pt. inovasi teknologi solusindo (trustmedis). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 9(5).
- Mulyadi, B. M., dan Hasanah, A. 2019. Kesenjangan karakteristik antar generasi dalam Pendidikan di era revolusi industri 4.0. *Project Prosiding*. 15:86-98.
- Myssidayu, A., dan Bujang, B. 2023. Motivasi berolahraga generasi Z. *Motion: Jurnal Riset Physical Education*. 13(1): 12-20.
- Nurhayati, I., Nena, H., Dwi, C. B. 2020. Evaluasi konformasi tubuh kuda equestrian menggunakan rumus mc.bane (kasus di gamma stud and clinic, equator, dan emporium horse club). *Jurnal Produksi Ternak Terapan*. 1(2): 60 – 68.
- Nurgraha, B. A. 2022. *Cilacap Equestrian Sport Stadium with Structural Approach as Architecture*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nurasiah. 2021. Pengaruh Media Sosial *Instagram* dan Komunikasi *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Produk Pakaian Wanita dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Masyarakat Bandar Lampung Berusia 18 – 24 tahun). Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nurjanah, H. 2023. Pengaruh Media Sosial *Instagram @dolanboyolali* terhadap Minat Berkunjung Followers ke Objek Wisata di Kabupaten Boyolali. Skripsi. IAIN Salatiga.
- Nasrullah, R. 2017. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Octaviola, A. N. 2022. Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Pare's Eat Drink dan Coffee Pare. Doctoral dissertation. STP AMPTA Yogyakarta.
- Ozali, I., dan Rahayu, I. 2023. Analisis strategi pemasaran dalam rangka peningkatan wisatawan bintang resort melalui media sosial *Instagram*. *Innovative: Journal of Social Science Research*. 3(3):6710-6723.
- Puspitasari, F. 2023. Perancangan Malang Equestrian School dengan Pendekatan Arsitektur Metafora. Undergraduate Thesis. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.



- Pujiono, A. 2021. Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi z. *Journal of Christian Education*. 2(1): 1 – 19.
- Purba, H., dan Irwansyah, I. 2022. User generasierated content dan pemanfaatan media sosial dalam perkembangan industri pariwisata. *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*. 9(2): 229-238.
- Pramesti, A. N., dan Abdillah, R. F. 2024. Dampak rating dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian di e-commerce. In *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta 2*:1480-1494.
- Priporas, C. V., Stylos, N., dan Fotiadis, A. K. 2019. Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenerasida. *Computers in Human Behavior*. 77: 374–381.
- Qadir, A., dan Ramli, M. 2024. Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*. 3(6): 2713-2724.
- Rahjasa, P. S. L., Asparyanthi, N. L. P. P., dan Rahadiarta, I. G. N. P. S. 2023. Generation z travel planning: analysis of tourist preferences in adventure tourism in Bali Province. *LACULTOUR: Journal of Language and Cultural Tourism*. 2(1): 55-59.
- Ramadhani, O., dan Khoirunisa, K. 2025. Generasi z dan teknologi: gaya hidup generasi z di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*. 3(1): 323-331.
- Rizaldi, D. G dan Mugiyo, H. 2021. Analisis pengaruh media sosial terhadap Keputusan peserta dalam mengikuti event olahraga pati futsal and dance competition di kabupaten pati. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*. 2(2): 677 – 683.
- Rohimah, Afifatur, dan Hakim, L. 2021. Ekologi media: Penguatan ekuitas industri pariwisata melalui media sosial marketing. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1):99–118.
- Rosdiana, A., dan Nurnazmi, N. 2021. Dampak aplikasi *Tiktok* dalam proses sosial di kalangan remaja Rabadompu Timur. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 4(1): 100–109.
- Safitri, M.D.P. and Harti, H., 2022. Analisis sikap konsumen pada atribut produk minuman susu racik mak tam berbasis analisis fishbein. *Jurnal E-Bis*. 6(1): 116 – 127.
- Satria, A. A. 2017. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2(1): 45 – 53.
- Sabila, A., dan Wijaya, B. W. H. 2024. Strategi pengembangan wisata kali watu kodok melalui peta wisata dan media sosial. *Prosiding Patriot Mengabdi*. 3(1):1337-1347.



- Sanaky, M. M., La moh, S., Henrietter, D. T. 2021. Analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*. 11(1): 432 – 439.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., dan Aulia, D. 2022. Persepsi generasi Z terhadap fitur *Tiktok* Shop pada aplikasi *Tiktok*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*. 2(5): 131-140.
- Sayekti, L. I. 2025. Study fenomologi: pemanfaatan konten *Instagram* sebagai efek tren media promosi shopee affiliate. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 15(1):64-76.
- Saffira, L., dan Rahmawan, G. 2022. Perilaku penggunaan *Tiktok* sebagai media promosi pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*. 3(4): 717-723.
- Sembiring, M. B. 2020. Pengaruh Tourist Reviews terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan di Puncak Sosok, Bantul. *Skripsi. STP AMPTA*. Yogyakarta.
- Septiana, A., Setianti, Y., dan Setiawan, W. 2023. Destination branding process of bengkalis regency as a cultural tourism destination by the board of tourism, culture, youth and sport. *Jurnal Riset Komunikasi*: 6(1): 12-29.
- Shirky, C. 2017. Political Journalism in a Networked Age. In *Journalism After Snowden: The Future of the Free Press in the Surveillance State* (pp. 161-171). Columbia University Press.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., dan Permana, B. G. 2024. Peranan media sosial *Instagram* terhadap interaksi sosial dan etika pada generasi z. *Journal on Education*. 6(2): 11029-11037.
- Solis, B. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada: John Wiley and Sons, Inc.
- Susanto, B., dan Astutik, P. 2020. Pengaruh promosi media sosial dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali di obyek wisata edukasi manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*. 1(1): 36 – 46.
- Sugianto, N., dan Kiky, A. 2023. Social media dan minat beli generasi z (studi kasus *Instagram* starbucks Indonesia). *Modus*. 35(2):258-279.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.



- Sugijama, A. G. 2014. *Metode Riset: Bisnis dan Manajemen*. Guardaya Intimarta.
- Solikha, E. A. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @ batuflowergarden. Cobanrajs)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Syahreza, K., dan Wibisono, N. 2021. Pengaruh konten media sosial terhadap destination image dan minat berkunjung lembang park dan zoo. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*. 4 – 5.
- Tajudin, J. 2018. Strategi pengembangan desa wisata di Mangunan dalam meningkatkan pendapatan asli desa (pades) Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. *Research Repository*. 1:27.
- Teguh Sugiharto, O. 2022. Pengaruh digital marketing *Instagram* dan *cafe atmosphere* terhadap minat kunjungan pada *cafe gartenhutte trawas-mojokerto*. *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*. 1(11): 3135 – 3142.
- Trirahayu, Anggun, A dan Putri, B. P. S. 2019. Pengaruh media sosial *Instagram @AMAZINGTASIKMALAYA* terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata Tasikmalaya. *e-Proceeding of Management*. 6(2): 4997 – 5006.
- Triastanti, R. K., dan Hardianti, A. 2024. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner tipe chronotype pada remaja. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*. 3(1): 118-124.
- Theandra, R. 2022. Pengaruh *context, communication, collaboration, dan connection* dalam *instagram* terhadap minat beli produk porkita. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 7(6): 727-737.
- Tholibin, I., dan Adisaputro, S. E. 2024. Analisis peran media sosial dalam meningkatkan branding wisata jolotundo glamping and edu park nganjuk. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*. 5(1):199-210.
- Tyas, A. P., dan Jannah, M. 2024. Descriptive analysis of generation z's sport activity. *Jurnal Penelitian Psikologi (Character)*. 11(2):1085-1097.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Warnilah, A. I. 2018. Implementasi alpha cronbach pada pengembangan pembelajaran pengenerasian sampah metode MDLC. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*. 2(1): 83 – 93.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., dan Mahaputra, M. R. 2023. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan (literature review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*. 1(1): 14-27.



- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., dan Lismayani, A. 2023. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi: pendidikan di majelis taklim annursejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. 2(1): 1-9.
- Yulianto, A., Putri, E. D., dan Wardani, D. M. 2022. Dampak pandemi Covid-19 terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan tingkat hunian kamar hotel Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*. 9(1): 53–63.
- Yulianti, N. K. A., dan Sugianingrat, I. A. P. W. 2023. Dampak kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. 3(4): 672-686.
- Zahara. 2021. The influence of social media marketing (4C) using instagram on BananaBim's repurchase intention. *Proccedings of International Seminar*. 3(1): 263-275.