

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S. (2019). Pengaruh Media Sosial @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada Followers @exploremalang). *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Agus, K. (2022, Desember 20). *Bird Park Palembang*. Retrieved Maret 17, 2023, from Jejak.piknik: <https://jejakpiknik.com/bird-park-palembang>
- Amartin, L. A. (2018). Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata di Banten (Survei Pada Followers @explorebanten). *Skripsi*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa .
- Ambar. (2023, Maret 17). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. Retrieved Maret 17, 2023, from PakarKomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- APJITM. (2023, Maret 10). Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Retrieved Maret 12, 2023, from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta: PT. Transmedia.
- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang Dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ferdinand, A. (2016). *Pengembangan Minat Beli Merek* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian* . Bogor: Ghalia Indonesia.

- Nifita, A. T., & Arisondha, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 169-180.
- Prayogo, R. R. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Bitread Publishing.
- Rizky, M. M., & Sari. T. N. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Traveling. *Journal Educational and Psychological*, Vol 8, 1-12.
- Riyanto, A. D. (2022 , Februari 15). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved Maret 17, 2023, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sholikha, E. A. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @Batuflowergarden.Cobanrais). *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2016). *Statistik: Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Suwena, W. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wallsbeek, F. E., & Johansson, U. (2014). *Instagram Marketing: When Brands Want To Reach Generation Y With Their Communication*.
- Wicaksono, M. A. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. *4(2)*, 1-13.
- Wikipedia. (2023, Januari 20). *Instagram*. Retrieved Maret 17, 2023, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> .