

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim & Sangen, M. 2019. Pengaruh *Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. JSMK Vol 3(1). 43
- Admin schmu.id. 2023. Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli. Diakses 1 Desember 2023, dari <https://schmu.id/digital-marketing-menurut-para-ahli/>
- Assauri, S. 2018. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada. 12
- Amalia, C.D. 2020. Pengaruh Content Marketing Di *Instagram Stories @Lcheesefactory* Terhadap Minat Beli Konsumen. JOM FISIP Vol 7(1). 2. Universitas Riau
- Anuar, F. I, et al. 2021. Young Tourists' Trust in Instagram Travel Influencers and their Intention to Visit Travel Destinations. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol 11(16). DOI:10.6007/IJARBS/v11-i16/11236
- Bambang, A. & Heriyanto, M. 2017. Pengaruh *Brand Equity* Dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru). Journal Online Mahasiswa FISIP, Vol. 4 No. 2. 4. DOI: 10.5281/zenodo.3459329
- Balaka, M. Y., Kuswinardi, J. W., Wilyadewi, I. I. D. A. Y., Efendi, B., & Zulfikhar, R. (2023). Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur tentang Pengaruhnya terhadap Keuangan dan Strategi Pemasaran Bisnis. Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol 7(3), 21979–21988. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10002>
- Dewi, N.K.V.K., Sudiksa, I.N., Ida, A.K., & Pinaria, N.W.C. 2023. Pengaruh *Online Destination Brand Experience* Terhadap Minat Berkunjung

Wisatawan Dengan *Online Destination Brand Credibility* Sebagai Variabel Mediasi Di Kota Denpasar. Jurnal Kepariwisata Indonesia Vol 17(1) 132-143. Politeknik Pariwisata Bali

Dewi, I.A.K., Yudhistira, P.G.A., Agustina, N.K.W. 2022. *Impact of Digital Content Marketing on Tourist Visit Interest to Melasti Beach: The Mediating Role of Social Word of Mouth*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Vol 15(2). Politeknik Pariwisata Bali.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.35708>

Erlina, E., Mahrinasari, M.S., & Sari, N. 2023. *Digital Content Marketing Influences People to Visit Tourist Destinations*. *International Journal of Advances in Social Sciences and Humanities*, Vol 2(3), 212-221. DOI:[10.56225/ijassh.v2i3.244](https://doi.org/10.56225/ijassh.v2i3.244)

Fahira, D.N., Qurhtuby, M. & Agustina, E. 2021. Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangerang. Jurnal Pendidikan Tabusai. Vol 5(2), 63

Feroza, C.S., & Misnawati, D. 2020. Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Jurnal Inovasi, 14(1), 33

Ghalisthan, A.R. 2023. Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Di Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Recognition* (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudio). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Bandar Lampung

Gummadi, A. 2023. Negara Mana yang Paling Banyak Menggunakan Pemasaran Digital?. Diakses desember 2023, dari <https://www.tutorialspoint.com/which-country-uses-digital-marketing-the-most>

Hapsari, N. 2022. Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Pendapatan terhadap Minat Berkunjung wisatawan pada masa Pandemi Covid-19 di

- Hutan Mangrove Kabupaten Rembang. Undergraduate thesis, IAIN KUDUS. 15-16
- Handayani, T. 2019. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam. Yogyakarta: Deepublish. 11
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M.R., Evan, G., & Widjojo, H. 2021. Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., Vol 8(1), 217-228
- Istikhomah. 2021. Pengaruh Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z-Smartphone OPPO Di Kabupaten Sragen). Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 13. Diakses desember 2023, dari https://eprints.iainsurakarta.ac.id/993/1/j.%20Full%20Teks%20Skripsi_Istikhomah_175211027.pdf
- Jantarat, et al. 2022. *The Influence Factors of Content Marketing on Chinese tourists' Intention to Visit Thailand*. Journal of Family Business and Management Studies, Vol 14(1). <http://ijbejournal.com/images/files/57589843262cc4344553bd.pdf>
- Jovan, J., & Ronald, R. 2022. The Influence Of Content Marketing Factors Towards Actual Visit Behavior Through Behavioral Intention. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, Vol 7(2). <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.15991>
- Johnston, S., 2021. *Top 4 Instagram Updates & Features To Use In 2021*. Diakses 29 November 2023, dari <https://www.envision-creative.com/blog/top-4-instagram-updates-features-to-use-in-2021/>
- Kemenparekraf. 2021. Penguatan Ekosistem Digital dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. Diakses 25 November 2023, dari

<https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/penguatan-ekosistem-digital-dalam-sektor-ekonomi-kreatif-di-indonesia>

Karina, J. & Pratomo, L.A. 2023. *The Influence Of Trust On Consumer Desire To Visit Hotels*. Jurnal Ekonomi Trisakti Vol 3(2). Universitas Trisakti. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17079>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons

Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. 2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. Jurnal Ilmiah Society, Vol 2(1), 2-3

Nugraha, Y.I. 2021. Penelitian Pengaruh Motivasi Online Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). Jurnal UAJY. 13

Nurfebriani, S. 2017. Manajemen Periklanan. Yogyakarta: CV Budi Utama. 12

Nurdiansyah, H. dan Rahman, R.S. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif. 3

Ohorella, et al. 2022. Pengaruh Akun Instagram @Sumbar_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. Jurnal Komunika. Vol. 18(2). 48

Pambudi, P.A. 2021. Analisis *Perception Gap* Antara Generasi X Dan Y Terhadap *Digital Marketing*. Universitas Muhammadiyah Pringsewu. BAB II. Diakses 4 Desember 2023, dari <http://repository.umpri.ac.id/id/eprint/811/3/FILE%203.pdf>

Pratama, R. 2020. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV. Budi Utama. 8

- Pratama, et al. 2019. *The Influence of Social Media Marketing to Visit Intention through Brand Equity in Jatim Park 3*. International Research Journal of Advanced Engineering and Science. 4(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3459329>
- Rohmana, P.I. 2021. *Pengaruh Brand Trust Terhadap Eskalasi Atensi Konsumen Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Internasional Lombok*. Skripsi thesis, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta. 11
- Ramadoni, W. & Rumorong, N. E. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Beli Wisatawan ke Yogyakarta (Studi Kasus Pada Wisatawan yang Menggunakan Jasa Pada CV Hosanna Global Partner). Jurnal Eksekutif, Vol 16(2)
- Riyanto, A. D. 2023. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Diakses 1 Desember 2023, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Riadi, M. 2020. Brand Trust (Pengertian, Indikator, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi). Diakses 29 November 2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/brand-trust-kepercayaan-merek.html>
- Samadi, L.R. & Lombok E.V.V. 2022. *The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Digital Marketing On Consumer Purchase Decisions On Emina Products (Case Study At Sam Ratulangi University Students)*. Jurnal EMBA Vol 10(3). 955. UNSRAT
- Salvianus, N.P. 2021. *The impact of taman safari indonesia's content marketing toward customer engagement during pandemic*. Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara. 32-33
- Setiawati, S. 2023. Fundamental Cukup Baik, Sayang Harga IPO DOOH Kelewat Mahal!. Diakses 25 November 2023, dari

[https://www.cnbcindonesia.com/research/20230417054134-128-](https://www.cnbcindonesia.com/research/20230417054134-128-430402/fundamental-cukup-baik-sayang-harga-ipo-doooh-kelewat-mahal)

[430402/fundamental-cukup-baik-sayang-harga-ipo-doooh-kelewat-mahal](https://www.cnbcindonesia.com/research/20230417054134-128-430402/fundamental-cukup-baik-sayang-harga-ipo-doooh-kelewat-mahal)

Sari, N.C. & Maranisya, U. 2023. *The Influence of Event Marketing and Product Quality on The Decision to Visit The Event The Sounds Project 2022*. Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel. Vol 7(1). <http://dx.doi.org/10.37484/jmph.070101>

Somba, R. 2023. Lima Grup Agensi Iklan Paling Top Di Dunia. Diakses 2 Desember 2023, dari <https://validnews.id/catatan-valid/lima-grup-agensi-iklan-paling-top-di-dunia>

Supriatna, Y. et.al. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. t.t.p: Qiara Media. 2

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi ke-2 Bandung: Alfabeta. 68

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. 64

Surya, E.D. & Saragih. M. 2018. *The Effect of Advertising, Exhibition and Event Marketing to Improve Awareness and its Impact on Intereststo Visit to Destination Religi Tour in Padang City (Case Study of Muslim Tourists from Malaysia)*. *International Conference Of Asean Perspective And Policy*. [S.l.], v. 1, n. 1, p. 226-231

Tresnawati, Y. & Prasetyo, K. 2018. Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas* Vol 3(1) 107. Universitas Mercu Buana

WeAreSocial. 2023. *The Global State Of Digital In April 2023*. Diakses desember 2023, dari <https://wearesocial.com/us/blog/2023/04/the-global-state-of-digital-in-april-2023/>

Wijoyo, H., et al. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.