

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., & Kurniawan, H. (2010). Identifikasi Bentuk, Struktur Dan Peranan Hutan Kota Malabar Malang. *Buana Sains*, 10(2), 195–201.
- Ally, H., Wahyuningtyas, J., & Rahmadana, M. I. (2024). *Analisis Jasa Lingkungan di Taman Hutan Kota , GBK , Jakarta. 4*, 2066–2077.
- Arjaya, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dalam Upaya. *Journal of Applied Management Studies*, 4(2), 136–146.
- Asri, B. M., Supriono, B., & Sasongko, D. A. (2023). The Role of Gelora Bung Karno Urban Forest as an Oxygen Producer. *Nusa Sylva*, 23(1), 42–50.
- Br Sitepu, C. O., Harahap, K., & Siregar, O. M. (2024). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Pada Air Terjun Sikulikap). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(4), 443–453. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v2i4.641>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practive* (seventh). Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=-1yGDwAAQBAJ>
- David Adi Saputra, I. P. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 345–353. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3621>
- Dina, A. (2017). *Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu. 4*(2), 1–19.
- Dwyer, L., & Edwards, D. (2000). Nature-Based Tourism on The Edge of Urban Development. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(4), 267–287.

<https://doi.org/10.1080/09669580008667364>

Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>

Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>

Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5). PENERBIT LAKEISHA.

Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm*. <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>

Jayanti, E. W., Wahyu, J., & Prawiro, H. (2024). *Analisis Peran Media Sosial Terhadap Wisata Di Agrowisata Gunung Mas Bogor. 1*, 1–15.

Karimuddin Abdullah Misbahul Jannah, Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Nanda Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*. YAYASAN PENERBIT MUHAMMAD ZAINI.

Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70–75. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v10i2.838>

Lembong, A., Kojo, C., & Uhing, Y. (2023). Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Mm Juice Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

- Dan Akuntansi*, 11(1), 1261–1270.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.47363>
- Lingga, S., & Kemala, Z. (2022). Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Lamajang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(1), 66–75. <https://doi.org/10.32659/jmp.v1i1.200>
- Napu, D. M., Nurhidayat, W., Novianti, F., Maelani, I., & Rahma, N. A. (2024). Dampak Pemasaran Digital Kepada Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Cisema. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 161–170. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i2.6121>
- Nisrina, R. G. (2021). User Generated Content Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital: Studi Kasus Fenomena #shopeehaul. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 558–571. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4316>
- NK, A., ND, A., & Pitana, I. (2022). *Digital Marketing: Teori, Konsep, dan Implementasinya dalam Pariwisata* (1st ed.). PENERBIT KBM INDONESIA. <https://books.google.co.id/books?id=5IAKEQAAQBAJ>
- Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, M. B. A. P. D. D. Y. W. S. E. M. M. (n.d.). *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius. <https://books.google.co.id/books?id=gkIHEAAAQBAJ>
- Purba, H., & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 229–238–229–238. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3065>
- Putu, E. W., & I Made, T. S. (2021). *Pengantar Pariwisata*.
- Rahayu, K., & Winastuti Dwi Atmanto. (2024). Penilaian Visual Lanskap Objek Daya Tarik Wisata Alam dengan Menggunakan Metode ADO-ODTWA di Obyek Wisata Curug Muncar. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 2(1), 80–85. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v2i1.9489>

- Retnasary, M., Dewi Setiawati, S., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Rice; Louis. (2020). Nature-Based Solutions for City Redevelopment and Tourism. *International Journal of Tourism Cities*, 1–20.
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU*, 2016, 701–707.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Sahir Hafni, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Samuel, Rahadian, W. R., & Utami, N. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kebun Raya Bogor the Effect of Digital Marketing on Visitation Decision To Bogor Botanical Gardens. *Bogor Hospitality Journal*, 6(2). <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. (2023). Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 582. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1193>
- SE Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi

- Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 14–24. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk TBS. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Utomo, S. B. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 449–458. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v3i2.284>
- Varhan, M., Oktaviara, N., Rahmadani, R., Saputra, D. E., Fatril, A. A., & Sari, M. W. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Promosi Produk Dan Jasa UMKM Pat Penganten Padang Panjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(6), 662–667. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i6.234>
- Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Niam, M. F., Purwanti, E. W., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. In E. Damayanti (Ed.), *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2). WIDINA MEDIA UTAMA.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wayan Umbara, F. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 572–581. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Wibisono, M. R., & Arifiansyah, R. (2024). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi, dan

Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 67–78.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76082>

Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 1–23.
<https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/download/1269/783>

Yusrizal, A., Lintang, L. D., Anggraini, J. P., Sutabri, T., Jenderal, J., Yani, A., I, K. S. U., Palembang, K., & Selatan, S. (2024). *Implementasi Digital Marketing Dalam Pemasaran Pariwisata Hutan Kota “ Pundi Kayu ” Di Palembang menggunakan media digital untuk menjangkau konsumen atau target pasar . Pemasaran digital pariwisata dan bagaimana potensi tersebut dapat dioptimalkan untuk m. 2(1).*

