

DAFTAR PUSTAKA

- Adzan, M. R. W., & Putra, T. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kampung Eropa Lembah Harau. *Ensiklopedia Sosial Review*, 4(1), 33-37
- Alia, L. N., Turgarini, D., & Taufiq, H. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Di Waduk Jatigede Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5(2), 139-150
- Apjii.or.id. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Dari%20hasil%20survei%20penetrasi%20internet,ada%20peningkatan%201%2C4%25>
- Atsir, Dinzha Fairrana. (2024). Konten Media Sosial Favorit Warga Indonesia. *Data.goodstats.id*. Diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/konten-media-sosial-favorit-warga-indonesia-ON7s9>
- Chairiyah, C., & Siregar, D. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kebun Jeruk Hijau Manis Desa Pematang Kuing, Kecamatan Sei Suka, Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 5(2), 79-90
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi meningkatkan peran media sosial dalam membranding destinasi wisata sebagai media pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1-11
- Editor. (2024). Jakarta Jadi Kota Kuliner Terbaik di ASEAN 2024/2025. *Goodstats.id*. Diakses pada 10 April 2025, dari https://goodstats.id/infographic/top-mi-instant-di-indonesia-mana-favorit-kalian-9bueS?utm_campaign=read-infinite&utm_medium=infinite&utm_source=internal
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107
- Entas, D., & Arfarani, A. (2019). Potensi Kawasan Blok M Square Sebagai Ikon Destinasi Wisata Kuliner Lesehan Di Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 2(1), 51-61
- Fatika, Raisya Aliya. (2024). 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?. *Data.goodstats.id*. Diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>

- Halim, Fikri dan Annisa Aulia. (2024). Dirut MRT Jakarta Beberkan Alasan Revitalisasi Kawasan Blok M. Diakses pada 10 April 2025, dari <https://www.viva.co.id/amp/bisnis/1699349-dirut-mrt-jakarta-beberkan-alasan-revitalisasi-kawasan-blok-m?page=1>
- Hasanawi, M. T., & Imsyar, S. I. (2022). Pengaruh Promosi, Preferensi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat *Betadine Solution* Pada Pt. Dos Ni Roha Kota Bandung. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 973-984
- Johnny, T. G. (2019). Blok M: Komplet Sejak Dulu. Kompas.id. Diakses pada 05 Juni 2025, dari <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/02/24/blok-m-komplet-sejak-dulu>
- Junaedi, D., Redjeki, F., & Priadi, M. D. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian: studi kasus pada Koperasi Mitra Dhuafa Cabang Mande-Cianjur. *Indonesian Journal of Economic and Business*, 1(2), 106-120
- Kemenparekraf.go.id. (2023). Siaran Pers: Menparekraf: Wisata Kuliner Jadi Salah Satu Daya Tarik Utama Destinasi Kota di Indonesia. Diakses pada 18 Maret 2025, dari <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-wisata-kuliner-jadi-salah-satu-daya-tarik-utama-destinasi-kota-di-indonesia>
- Kemenparekraf.go.id. (2024). Menilik Sejarah Kawasan Wisata Blok M, yang Kembali Diramaikan Anak Muda. Diakses pada 10 April 2025, dari <https://kemenparekraf.go.id/berita/menilik-sejarah-kawasan-wisata-blok-m-yang-kembali-diramaikan-anak-muda>
- Kemp, Simon. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses pada 8 April 2024, dari https://datareportal-com.translate.goog/reports/digital-2024-indonesia?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Lisnama, N. C., & Pasaribu, I. M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Vinkoo *Food Festival*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 8881-8895
- Marpaung, T. K. R., & Sudrajat, A. (2024). Wajah Baru Jalan Tunjungan Surabaya: Evolusi Ruang Publik Menjadi Destinasi Wisata Generasi Z: *The New Face of Jalan Tunjungan Surabaya: Its Evolution from a Public Space into a Gen-Z Tourist Destination*. *Jurnal Entitas Sosiologi*, 13(2), 195-212
- Mubarq, H., & Aisyah, R. (2021). Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong terhadap Pembentukan Perilaku Social Climber (Studi pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 2(2), 264-275
- Prakoso, A. A., Asifa, F. N., Wicaksono, H., & Maulana, A. Y. (2023). A Hubungan Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Literasi Digital Pada Pengguna

- TikTok Generasi Z Di DKI Jakarta. *Journal of Documentation and Information Science*, 7(2), 139-146
- Prakoso, B. D., & Marlina, N. (2020). Pengaruh *City Branding* Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Lumpur Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1)
- Putri, Raden (2024). Nasib Jakarta Setelah Bukan Ibu Kota. *Tempo.co*. Diakses pada 2 Mei 2025, dari <https://www.tempo.co/ekonomi/nasib-jakarta-setelah-bukan-ibu-kota-71737>
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 64-76
- Rahmadhani, A., Arfah, E. P. N., Alawiyah, I., Ramadanti, S. A., & Lushinta, I. P. (2024). Pengaruh Uang Saku Bulanan terhadap Gaya Hidup dan Perilaku Konsumsi Makanan Tidak Sehat pada Mahasiswa. 8
- Ritonga, S. M., & Ginting, N. (2022). Penerapan Arsitektur Berkelanjutan Pada Perancangan Pusat Wisata Kuliner di Kabupaten Langkat. In *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* (Vol. 5, No. 1, pp. 399-406)
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh promosi melalui media sosial, *word of mouth*, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan obyek wisata gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 12-17
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, N. A. (2019). Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia: Tinjauan Literatur. In *Seminar Nasional Inovasi dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora-InoBali* (pp. 235-242)
- Susanto, B., & 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
- Umami, Z. (2015). *Social strategy* pada media sosial untuk promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195-201