

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Aristoteles, Alya Samira Rahmaputri, Anisa Raden, Cahlia Kurnia, Muhammad Fakhri Robbani, Nitami Sari, Noval Aditya Marlon, & Swarna Darma. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PARIWISATA DAN POTENSI KEARIFAN LOKAL DI KELURAHAN BATU PUTUK KECAMATAN TELUK BETUNG BARAT KOTA BANDAR LAMPUNG. *BUGUH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 1(4), 31–38. <https://doi.org/10.23960/buguh.v1n4.238>
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Barbe, D., Neuburger, L., & Pennington-Gray, L. (2020). Follow us on instagram! Understanding the driving force behind following travel accounts on instagram. *E-Review of Tourism Research*, 17(4), 592–609.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. *Proceedings of the 1st International Conference on Technology, Education, and Science*, 1(1), 138–148.
- Bowden, J. L.-H., Conduit, J., Hollebeek, L. D., Luoma-aho, V., & Solem, B. A. (2017). Engagement valence duality and spillover effects in online brand communities. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(4), 877–897. <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2016-0072>
- Chen, W.-K., Silaban, P. H., Hutagalung, W. E., & Silalahi, A. D. K. (2022). How Instagram Influencers Contribute to Consumer Travel Decision: Insights from SEM and fsQCA. *Emerging Science Journal*, 7(1), 16–37. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-01-02>

- Christyanti, D. A. (2020). PENGELOLAAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL UNTUK MEMBIDIK PASAR MILENIAL PADA TAHUN 2019 (Studi Kasus Pengelolaan Konten Promosi Instagram Labalaba Periode September 2018 – Maret 2019). *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 110. <https://doi.org/10.22441/visikom.v19i1.15128>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Prasetyo, B., Vianitati, P., Gebang, A. A., & Adnyana, I. M. D. M. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015a). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015b). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0*.
- Hardani, J. S. D., Fardani, R., & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7–8), 785–807. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500132>
- IBG Purwa. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 2(1).
- Ilhami, H., & Sudradjat, R. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Internship_ddbtelkom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Interaksi*.
- Junaedi, S., Hayati, E. D., & Muslimah, M. (2020). Pemberdayaan Lokal Masyarakat Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen Kota Semarang Melalui Pengembangan Desa Agrowisata. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan*

Pemberdayaan Masyarakat, 2(2), 120–129.
<https://doi.org/10.24036/abdi.v2i2.67>

LESTARI, A., & SUHARYANTI, N. (2020). KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA. *Jurnal Hukum Saraswati (JHS)*, 2(2). <https://doi.org/10.36733/jhshs.v2i2.1376>

Limandono, J., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement dengan Sosial Media Marketing sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1).

Pasaribu, W., & Suyanto, A. (2022). The Effect of Content Marketing Instagram Sociolla on Customer Engagement, Customer Decision, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Proceedings of The5thEuropean International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Rome*.

Retnasary, M., Setiawati, S., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Journal Ars University*, 1(1).

Riandani, O. (2024). *PENGARUH PERCEIVED SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY GOJEK - Dalam bentuk buku karya ilmiah*. Telkom University.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). KBM Indonesia.

Septiana, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1).

Sinaga, E. M. (2020). *Channel YouTube Untuk Meningkatkan Customer Engagement*.

- Smith, S. P. (2018). Instagram abroad: performance, consumption and colonial narrative in tourism. *Postcolonial Studies*, 21(2), 172–191. <https://doi.org/10.1080/13688790.2018.1461173>
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly, S. (2021). Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS*, 165–179. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5165>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan Internasional)* (Sunarto, Ed.). ALFABETA.
- Taheri, B., Jafari, A., & O’Gorman, K. (2014). Keeping your audience: Presenting a visitor engagement scale. *Tourism Management*, 42, 321–329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.011>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122–146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>
- Yuan, Y., Chan, C.-S., Eichelberger, S., Ma, H., & Pikkemaat, B. (2022). The effect of social media on travel planning process by Chinese tourists: the way forward to tourism futures. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2021-0094>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>