

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI PANTAI NGURBLOAT MALUKU  
TENGGARA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Desica Augusta Balubun  
NIM : 205958  
Program studi : Pariwisata  
Jenjang : Strata Satu/ S1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2023**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengguna media sosial TikTok dan kualitas pelayanan yang diberikan memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih Pantai Ngurbloat, sebuah destinasi di Maluku Tenggara. Pantai Ngurbloat sebagai salah satu destinasi wisata andalan di Maluku Tenggara, popularitas dipengaruhi pantai Ngurbloat dipengaruhi oleh beragam faktor, termasuk efektivitas promosi melalui media sosial serta pengalaman wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang tawarkan. Data dalam studi ini dikumpulkan menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung di Pantai Ngurbloat sebelumnya untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Guna menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil studi menunjukkan bahwa media sosial TikTok dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Lebih lanjut, media sosial TikTok terbukti menjadi alat promosi yang efektif dalam membangkitkan minat wisatawan, di sisi lain kualitas layanan yang baik berkorelasi positif dengan peningkatan kepuasan dan memperkuat keputusan untuk berkunjung. Implikasi utama dari penelitian ini adalah mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, terutama Tiktok, sebagai strategi pemasaran pariwisata yang efektif. Serta urgensi peningkatan kualitas pelayanan guna minat wisatawan dan mempertahankan kunjungan wisatawan yang sudah ada di Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia dianugerahi kekayaan potensi wisata yang beragam, meliputi keindahan alam, keunikan budaya, dan warisan sejarah yang melimpah. Keberagaman Indonesia tercermin dalam berbagai jenis objek wisata, mulai dari pulau, pegunungan yang menjulang, hamparan laut dan pantai, aliran sungai hingga destinasi dengan daya tarik khusus yang memikat wisatawan. (Suwandono, 2021). Pariwisata memegang peranan penting sebagai penyumbang devisa negara dan memiliki potensi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta mengatasi masalah pengangguran melalui terciptanya lapangan kerja di berbagai sektor terkait, termasuk ekonomi kreatif (Yakup, 2019). Meskipun memiliki potensi wisata yang menjanjikan, Maluku Tenggara adalah salah satu wilayah di Indonesia yang pengembangannya di sektor pariwisata belum optimal.

Maluku Tenggara, sebuah provinsi yang kaya akan daya tarik wisata memiliki beragam potensi, patut untuk dieksplorasi salah satunya permata wisata andalannya adalah pantai Ngurbloat. Keindahan pantai Ngurbloat yang memukau tercermin dari hamparan pasir putihnya yang lembut, kejernihan air lautnya yang berwarna biru, serta panorama gugusan pulau-pulau kecil yang menghiasi keindahan alam sekitarnya (Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, 2024).



Gambar 1: pantai Ngurbloat  
Sumber: (Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, 2024)



Gambar 2: Pantai Ngurbloat  
Sumber: Koleksi pribadi peneliti

Potensi luar biasa Pantai Ngurbloat belum didukung oleh kunjungan wisatawan secara optimal.

Table 1. Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara

No	Tahun	Wisatawan Lokal	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Manca Negara
1	2021	78.977	12.500	551
2	2022	100.422	22.000	2.000

Sumber: Suara Damai (Remetwa, 2023)

Data table 1. di atas menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan Ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara yang terekam di tahun 2021 hingga tahun 2022. Pertumbuhan kunjungan wisatawan sebesar 21% dari tahun 2021 ke tahun 2022 berasal dari wisatawan lokal, 54% pertumbuhan wisatawan Nusantara, dan 25% wisatawan mancanegara. Pertumbuhan minat kunjung wisatawan ini didorong salah satunya oleh pemanfaatan media sosial.

Media sosial sangat memengaruhi interaksi dan gaya hidup modern. Saat ini ,beragam platform media sosial tersedia dengan aneka Aplikasi media sosial seperti Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, Telegram, dan TikTok memiliki fitur beragam dan menarik perhatian, terutama di kalangan generasi muda. Menurut Permana (2021), TikTok menjadi salah satu aplikasi paling populer di antaranya.

Munculnya sosial media telah mengubah perilaku manusia baik secara individu maupun kelompok. Platform ini menjadi wadah baru untuk interaksi sosial,komunikasi,ekspresi diri,berbagai narasi serta pembentukan jaringan sosial secara daring. Yang berpotensi memengaruhi dinamika interaksi sosial di kehidupan nyata (Aurelia, 2023). Generasi muda merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari dan berfungsi untuk membentuk diskursus yang meluas (Ahmad & Nurhidaya, 2020).

Berbagai faktor memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, dan salah satu faktor signifikan adalah peran media sosial. Media sosial telah membawa perubahan dalam proses wisatawan mencari informasi, membuat rencana perjalanan, dan menentukan destinasi yang akan dikunjungi. Informasi yang dibagikan melalui platform media sosial memiliki potensi untuk memengaruhi pandangan dan preferensi wisatawan terhadap suatu destinasi (Nasution & Rohman, 2022). Kini, media sosial merupakan salah satu sumber informasi utama bagi para wisatawan. Melalui platform ini, wisatawan dapat dengan mudah mengakses ulasan, foto, dan video terkait destinasi wisata yang menarik minat mereka. Konten-konten menarik yang dibagikan oleh pengguna media sosial dapat membentuk persepsi awal wisatawan terhadap suatu destinasi. Media sosial sebagai media interaksi penggunanya yang mampu memengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berwisata. Ulasan dan rekomendasi dari teman, keluarga, atau *influencer* yang diikuti di media sosial dapat menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi (Andzani et al., 2024). Wisatawan cenderung memberikan kepercayaan lebih pada informasi yang berasal dari orang-orang terdekat atau individu yang mereka anggap kredibel. Media sosial juga memungkinkan wisatawan untuk berbagi pengalaman perjalanan mereka, baik sebelum, selama, maupun setelah berwisata. Konten yang diunggah oleh wisatawan di media sosial dapat memicu rasa penasaran dan minat bagi calon wisatawan lainnya. Keputusan berkunjung calon

wisatawan dapat didorong dan dipengaruhi oleh pengalaman yang dibagikan oleh orang lain yang dianggap memiliki kredibilitas (Charli, 2020).

Selain promosi media sosial, kualitas pelayanan juga memegang peranan penting dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Kualitas pelayanan yang prima, yang mencakup aspek fasilitas, keramahan staf, serta kemudahan akses, berpotensi meningkatkan kepuasan dan minat wisatawan untuk berkunjung. Kualitas pelayanan yang baik saat ini menjadi kunci untuk pengalaman positif wisatawan, mendorong mereka kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi (Faturrahman, 2024).

Pengalaman positif wisatawan dapat tercipta melalui kualitas pelayanan yang baik, yang kemudian mendorong mereka. Pelayanan yang baik di destinasi wisata berperan penting dalam mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi wisatawan. dapat dinilai dari berbagai aspek, seperti keramahan, profesionalisme, dan responsifitas staf, kemudahan akses, kebersihan dan kenyamanan fasilitas, serta ketepatan dan keandalan informasi yang diberikan. Kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima berkorelasi positif dengan niat yang lebih kuat untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Kualitas pelayanan yang baik memberi pengalaman yang menyenangkan juga dapat meningkatkan citra positif suatu destinasi di mata wisatawan (Darajat, 2021). Citra destinasi positif sangat menarik, terutama bagi pengunjung baru. Peningkatan kualitas pelayanan di destinasi wisata

dapat dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan kompetensi staf, standarisasi prosedur operasional, serta penyediaan fasilitas yang nyaman dan mudah diakses. Umpan balik dan saran wisatawan terhadap pengelola destinasi juga perlu diperhatikan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan (Novitasari & Nasir, 2023).

Layanan prima di destinasi wisata adalah keunggulan kompetitif dan memainkan peran penting dalam menarik minat dan mempertahankan loyalitas wisatawan. Strategi pemasaran yang menekankan pada kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi pariwisata (Nur *et al.*, 2023).

Dampak media sosial dan kualitas layanan pada keputusan berwisata untuk berkunjung telah menjadi fokus berbagai penelitian di berbagai destinasi pariwisata. Media sosial dan kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan (Charli, 2020; Nasution & Rohman, 2022; Aji & Andadari, 2021), namun penelitian serupa belum pernah dilakukan di Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.

Penelitian ini yang berjudul Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara, diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan di destinasi pariwisata, terutama di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara. Hasil penelitian ini berpotensi menjadi dasar

strategi pemasaran efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di masa depan.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh media sosial Tiktok terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara?
2. Sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara?
3. Apakah terdapat pengaruh antara media sosial Tiktok dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh media sosial Tiktok dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.
2. Menganalisis dampak kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan berkunjung ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.
3. Menganalisis pengaruh media sosial Tiktok dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang pengaruh TikTok dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.
2. Studi ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi pembaca yang tertarik pada dampak TikTok dan kualitas layanan terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Ngurbloat, Maluku Tenggara.

#### **E. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian artikel ilmiah ini diuraikan sebagai berikut:

##### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

##### **2. BAB II KAJIAN LITERATUR DAN TEORI**

Menyajikan tinjauan literatur, landasan teori, dan perumusan hipotesis.

##### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Menjelaskan metode, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

##### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memuat hasil dan pembahasan penelitian.

##### **5. BAB V PENUTUP**

Berisi simpulan dan saran.

##### **6. DAFTAR PUSTAKA**

##### **7. LAMPIRAN**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Analisis menunjukkan bahwa Media Sosial TikTok dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan memengaruhi Keputusan Berkunjung wisatawan ke Pantai Ngurbloat, Desa Ngilngof, Maluku Tenggara. Hasil lengkapnya ada di bawah.

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa media sosial TikTok secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan berkunjung ke Pantai Ngurbloat. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,001 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung 5,115 (lebih besar dari t tabel 1,984), yang mengindikasikan penerimaan hipotesis  $H_1$  dan penolakan  $H_0$ . Dengan kata lain, TikTok (variabel independen) berperan penting dan positif dalam memengaruhi keputusan berkunjung (variabel dependen).
2. Hasil uji-t (parsial) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Pantai Ngurbloat. Ini didukung oleh nilai signifikansi 0,001 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung 5,201 (lebih besar dari t tabel 1,984), sehingga hipotesis  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kemungkinan pengunjung memutuskan untuk datang.

## **B. Saran**

Penelitian ini disarankan kepada wisata Pantai Ngurbloat untuk lebih memanfaatkan Media Sosial Tiktok sebagai media promosi yang efisien. Promosi yang dilakukan wisata Pantai Ngurbloat menurut peneliti masih kurang maksimal dalam memberikan informasi terbaru mengenai wisata Pantai Ngurbloat di Media Sosial Tiktok. Selain itu harus tetap aktif dalam memposting minimal 1 kali seminggu Materi di media sosial yang unik dan bikin betah seperti Tiktok, Instagram, youtube, facebook dan platform media sosial lainnya.

Selain Media Sosial Tiktok, Kualitas Pelayanan juga merupakan bagian penting yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung jika dilihat pada hasil jawaban responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan, wisatawan sangat menikmati suasana keindahan wisata Pantai Ngurbloat. Oleh karena itu diharapkan kepada pengelola wisata Pantai Ngurbloat untuk dapat menjaga dan mempertahankan kebersihan lingkungan maupun fasilitas yang ada di area wisata pantai Ngurbloat, Desa Ngilngof, Maluku Tenggara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., & Nurhidaya, N. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134–148.  
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/1158>
- Aji, C., & Andadari, R. K. (2021). Media Sosial Instagram Dan Website Terhadap Minat Kunjung Wisatawan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 54–63.
- Amalia, N. M., Sucihatningsih, D. W. P., & Santoso, J. T. B. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170–180. <https://journal.unnes.ac.id/sju/baej/article/view/42191>
- Andzani, D., Virgin, D., & Setijadi, N. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI PARIWISATA YANG MENARIK. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 188–195.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/53212>
- Aqmala, D., Putra, F. I. F. S., & Wijayani, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Loyalitas Pelanggan BLIBLI. Com. *Holistic Journal of Management Research*, 6(1), 10–25.  
<https://www.holistic.ubb.ac.id/index.php/holistic/article/view/2095>
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan

- konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.  
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2375>
- Aurelia, Y. (2023). INTERAKSI SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN SISWA SMA PGRI 4 JAKARTA. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2).  
<https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/6563>
- Budi, A. S., & Sukmalengkawati, A. (2023). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Twa Gunung Papandayan*.  
<http://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/index.php/yasaanggana/article/view/98>
- Charli, C. O. (2020). Pengaruh social media marketing, fasilitas wisata dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40–48. <https://jman-upiypk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/download/75/75>
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23–37.  
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj/article/view/4101>
- Dinas Pariwisata Provinsi Maluku. (2024, September 26). *Destinasi Wisata / Dinas Pariwisata Provinsi Maluku*.  
<https://dispar.malukuprov.go.id/destinasi/pasir-panjang-atau-ngur-bloat>

- Faturrahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 68–75.  
<https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/3132>
- Hidayat, S., Suwena, I. K., & Dewi, N. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN*, 2338, 8633.  
<https://www.academia.edu/download/106267409/40468.pdf>
- Huang, S.-C., Silalahi, A. D. K., & Eunike, I. J. (2024). Exploration of Moderated, Mediated, and Configurational Outcomes of Tourism-Related Content (TRC) on TikTok in Predicting Enjoyment and Behavioral Intentions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2024, 1–29.  
<https://doi.org/10.1155/2024/2764759>
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1).  
<http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/297>
- Ismail, T. R. (2024). *Pengaruh Atraksi, Media Sosial dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Wiring Tasi Kabupaten Pinrang (Tinjauan Ekonomi Islam)* [PhD Thesis, IAIN Parepare].  
<https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/7263/>
- Kawatak, S. Y., Samuel, O. W., & Soputan, M. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf and Resort Likupang.

*Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 1–8.

<https://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/view/26008>

Kemeparekraf/Baparekraf. (2021, October 29). *Siaran Pers: Unggulkan Pasir Putih Terhalus di 'Dunia', Desa Ngilngof Maluku Tenggara Didorong Makin Populer*. <https://www.kemeparekraf.go.id/berita/siaran-pers:-unggulkan-pasir-putih-terhalus-di-%E2%80%98dunia%E2%80%99,-desa-ngilngof-maluku-tenggara-didorong-makin-populer>

Mainata, D., Ramadhan, W. N., & Parlina, T. (2023). Pengaruh Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muslim Di Wisata Susur Sungai Mahakam. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 109–124.

<https://journal.uinsi.ac.id/index.php/bifej/article/view/7889>

Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention: The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>

Mere, K., Santoso, M. H., Mutiasari, M., Rahmawati, H. U., & Harahap, M. A. K. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12324–12329.

<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/23250>

- Mukti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245. [https://www.academia.edu/download/101357865/163-Article\\_Text-780-2-10-20210927.pdf](https://www.academia.edu/download/101357865/163-Article_Text-780-2-10-20210927.pdf)
- Nasution, O. B., & Rohman, I. Z. (2022). Peran akun media sosial berbasis konten pariwisata pada pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata pada era digital. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 774–789.
- Novitasari, S. W., & Nasir, M. (2023). ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INOVASI SARANA PRASARANA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERWISATA DI SOLO. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 396–410. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/1012>
- Nur, S., Idris, M., & Alam, S. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan dan dampaknya terhadap kepuasan (Studi di Kabupaten Pinrang). *Nobel Management Review*, 4(1), 25–36. <https://www.academia.edu/download/116355033/2041.pdf>
- Permana, I. P. H. (2021). Analisis Rasio Pada Akun Youtube Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 15(1), 40–48. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/mediasisfo/article/view/665>
- Remetwa, L. (2023, November 7). Kunjungan Wisata Ngurbloat Meningkat Pesat: Tahun 2022 Capai 124.422 Pengunjung. *Suaradamai.com*.

<https://www.suaradamai.com/kunjungan-wisata-ngurbloat-meningkat-pesat-tahun-2022-capai-124-422-pengunjung/>

Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya media sosial, edukasi masyarakat, dan pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5), 529–542.

[https://www.researchgate.net/profile/Muchammad-Bayu-Tejo-Sampurno/publication/340631248\\_Budaya\\_Media\\_Sosial\\_Edukasi\\_Masyarakat\\_dan\\_Pandemi\\_COVID-19/links/5ed7039445851529452a4521/Budaya-Media-Sosial-Edukasi-Masyarakat-dan-Pandemi-COVID-19.pdf?\\_sg%5B0%5D=started\\_experiment\\_milestone&origin=journalDetail&\\_rtd=e30%3D](https://www.researchgate.net/profile/Muchammad-Bayu-Tejo-Sampurno/publication/340631248_Budaya_Media_Sosial_Edukasi_Masyarakat_dan_Pandemi_COVID-19/links/5ed7039445851529452a4521/Budaya-Media-Sosial-Edukasi-Masyarakat-dan-Pandemi-COVID-19.pdf?_sg%5B0%5D=started_experiment_milestone&origin=journalDetail&_rtd=e30%3D)

Sari, N., Suharto, A., & Izzuddin, A. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Tiara Park Waterboom Jember. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 13(2), 40–49. <https://ejournalwiraraja.com/index.php/FEB/article/view/2736>

Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=yBjEEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA64&dq=identifikasi+beberapa+indikator+yang+relevan+terhadap+media+sosial,+seperti+tingkat+keterlibatan+pengguna+\(engagement\),+](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=yBjEEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA64&dq=identifikasi+beberapa+indikator+yang+relevan+terhadap+media+sosial,+seperti+tingkat+keterlibatan+pengguna+(engagement),+)

pengaruh+terhadap+pengambilan+keputusan,+dan+persepsi+terhadap+informasi+yang+diterima.&ots=x3zzQCw8fv&sig=b8eN04tu3ECMmjjyZ3jJGM8LTQX0

Sholihin, U. (2019). Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 72–97.

<https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/742>

Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.

[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=g646EAAAQBAJ&oi=fnd&dq=keputusan+pembelian+adalah+suatu+proses+yang+menggabungkan+pilihan+dan+informasi+dari+konsumen+untuk+mengevaluasi+dua+atau+lebih+alternatif+perilaku&ots=4NCwPN9vHr&sig=CEOk8C5Cq3uj7qMtX4qAkp\\_Bs4Q](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=g646EAAAQBAJ&oi=fnd&dq=keputusan+pembelian+adalah+suatu+proses+yang+menggabungkan+pilihan+dan+informasi+dari+konsumen+untuk+mengevaluasi+dua+atau+lebih+alternatif+perilaku&ots=4NCwPN9vHr&sig=CEOk8C5Cq3uj7qMtX4qAkp_Bs4Q)

Sugiarto, I., Ihalauw, J. J., SE, P. D., Tonny Hendratono, S. E., MM, C.,

Damiasih, M. M., Par, M., Widjaja, A. W., & SE, M. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF UNTUK PARIWISATA*. Penerbit Andi.

[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=txDUEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=hipotesis+menurut+sugiarto+penelitian+pariwisata&ots=PkaVsI\\_BE4&sig=p69a5P\\_5gwfaX6NEuSYMDAW4hx0](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=txDUEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=hipotesis+menurut+sugiarto+penelitian+pariwisata&ots=PkaVsI_BE4&sig=p69a5P_5gwfaX6NEuSYMDAW4hx0)

Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2021). *Indikator perencanaan pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Anugrah Utama Raharja.

<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=FhQ3EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pentingnya+integrasi+antara+pariwisata+dan+pelestarian>

+lingkungan,+mereka+menemukan+bahwa+praktik+pariwisata+berkelanj  
utan+yang+melibatkan+masyarakat+lokal+dapat+membantu+menjaga+ke  
aslian+budaya+serta+meningkatkan+kesadaran+lingkungan.+Pariwisata+  
artinya+tidak+hanya+menjadi+sumber+pendapatan,+tetapi+juga+alat+unt  
uk+pelestarian+warisan+budaya+dan+alam.&ots=59S42mRde2&sig=diul  
Er-FkkXhWK1EXQvIplYoOw0

- Susanto, B., Wardhani, Y. K., Sutiarto, M. A., Muhartoyo, M., & Sadjuni, N. L. G. S. (2023). The role and use of social media as a medium for marketing tourist attractions and increasing tourist visits. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 2(1), 48–55.  
<https://doi.org/10.58881/jcmts.v2i1.93>
- Suwandjo, D. P. E. H. (2021). Nasi Boranan sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Lamongan Jawa Timur. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(2), 123–138.  
<http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan/article/view/40>
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2018). Media sosial sebagai sarana informasi dan promosi pariwisata bagi generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1–22.  
<http://www.jurnal.stiepar.ac.id/index.php/tsj/article/view/46>
- Wang, X., Yu, Y., Zhu, Z., & Zheng, J. (2022). Visiting Intentions toward Theme Parks: Do Short Video Content and Tourists' Perceived Playfulness on TikTok Matter? *Sustainability*, 14(19), 12206.  
<https://doi.org/10.3390/su141912206>

- Wulandari, R. (2024). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TIKTOK SHOP* [PhD Thesis, UNIVERSITAS PELITA BANGSA]. <https://repository.pelitabangsa.ac.id/id/eprint/994/>
- Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia* [PhD Thesis, Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/86231/>
- Zhou, Q., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101101. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101101>