

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @KedaiKopiKulo terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 2614–0373. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v3i2.2526>
- Anggraeni, R. (2024). *Instagram Masih Jadi Media Sosial Favorit Gen Z, Ini Buktinya*. https://teknologi.bisnis.com/read/20240708/84/1780282/instagram-masih-jadi-media-sosial-favorit-gen-z-ini-buktinya?utm_source=chatgpt.com
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.33041>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Bungin, M. B. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. ke-9. edited by Irfan Fahmi. *Jakarta: Kencana*.
- Burhan, I., Afifah, N., & Sari, S. N. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Insan Cendekia Mandiri.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Dyah Budiastuti, & Bandur, A. (2018). VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS. In *Buku Uji Validitas dan Uji Reliabilitas*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Fajri, D. L. (2022). *Feed Instagram Artinya Halaman Profil, Ini Kelebihannya*. <http://katadata.co.id/berita/lifestyle/62f618ea8f4ef/feed-instagram-artinya->

halaman-profil-ini-kelebihannya

- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen*.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., Hutagaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). *Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
[https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20BukuDasar-dasarStatistikauntukPenelitian.pdf)
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24 update bayesian SEM* . UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018.
- GoodStats. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*.
<https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Vol. 5, Issue 1). CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haryanti, L., & Khalik, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Digital Perpustakaan Universitas Bengkulu. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1).
<https://ejournal.unib.ac.id/japri/article/view/29133/12845>
- Hidayat, T. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI NEO KOMUNIKA). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
<https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/507/337/>
- Hootsuite. (2025). *Social Media Trends 2025*.
- Indonesia, K. P. dan K. R. (2021). *Permendikbud No. 30 Tahun 2021 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi*.

- Indonesia, K. P. dan K. R. (2024). *Permendikbud No. 55 Tahun 2024 tentang Pencegahan dan Penanganan Kekerasan di Lingkungan Perguruan Tinggi*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/305767/permendikbudriset-no-55-tahun-2024>
- Indonesia, T. (2024). *Komunikasi Persuasif ala Generasi Z*. https://timesindonesia.co.id/kopi-times-forum-mahasiswa/498112/komunikasi-persuasif-ala-generasi-z?utm_source=chatgpt.com
- Instagram. (2025). *About Instagram Features*. <https://about.instagram.com/features/stories>
- Jannah, H. N., Yulianto, M. R., & Sari, D. K. (2024). PERAN BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP MINAT BELI WARDAH. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*; Vol 10, No 2 (2024): Vol 10, No. 2 (2024)DO - 10.34203/Jimfe.V10i2.10852 . <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/article/view/10852>
- Jannah, K., Misbahul, A., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- KBBI. (2025). *Konten*. <https://kbbi.web.id/konten>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. In *Hospitality and Tourism Marketing*. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781032688497-2>
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., Birks, D. F., & Wills, P. (2017). Marketing Research An Applied Approach. In *The Marketing Book: Seventh Edition* (6th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Maulana, R., Dewi, S. F., & Syaifulloh, M. (2024). Efektivitas promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Batang. *Journal of Management and Digital Business*,

4(1). <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.1104>

- Media, F. (2022). *Sejarah Awal Mula Peluncuran Instagram*.
<https://www.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu>
- Meta. (2025). *About Instagram*. <https://about.instagram.com/about-us>
- Moleong, P. D. L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rodakarya.
- Network, K. M. (n.d.). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*.
Retrieved June 1, 2025, from
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- News, K. (2024). *Komnas Perempuan: Ada 1.133 Kasus Kekerasan Seksual di Kampus*. https://kumparan.com/kumparannews/komnas-perempuan-ada-1-133-kasus-kekerasan-seksual-di-kampus-23BeXo51CSp/full?utm_source=chatgpt.com
- Nifita, A. T., & Arisondha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan*.
- Nurfitri, A., Arif, D. N., & Novarlia, I. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6.
<https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i12.4605>
- PDDikti, P. D. P. T. (2025a). *Statistik Perguruan Tinggi Di Indonesia*.
Penangkalan Data Pendidikan Tinggi.
<https://pddikti.kemdikbud.go.id/statistik>
- PDDikti, P. D. P. T. (2025b). *Statistik Perguruan Tinggi Universitas Multimedia Nusantara*. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/detail-pt/ZczPbRfE1xsf2wSA-lOw99FmRs-XE2x0TlfiL68ctBTDktv4c8Syv74AfwCgZlcskUCYQ==>
- Perempuan, K. (2025). *Catatan Tahunan Kekerasan Terhadap Perempuan Tahun 2024*. <https://komnasperempuan.go.id/download-file/1316>
- Priansa, D. J. (2017). *PERILAKU KONSUMEN : dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (2nd ed.). Alfabeta.

- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). Theory of Planned Behavior. In *CV Literasi Nusantara Abadi*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi* (2nd ed.). Simbiosia Rekatama Media.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sarder, M. A. U., & Mustaqeem, K. M. (2024). The Role of Social Media Marketing in Shaping Educational Institution Branding. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.803333S>
- Sitanggang, J. T., Bajari, A., & Mirawati, I. (2024). Pengaruh Konten Instagram @ Jpcc Terhadap Minat Pengikutnya Dalam Menghadiri Kegiatan Kerohanian. *Jonathan Timoty Sitanggang, Atwar Bajari, Ira Mirawati, 21*.
- Social, W. A. (2025). *Digital 2025 Indonesia: The Essential Guide To Digital Trends*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Solis, B. (2010). Engage! The complete guide for BRANDS and BUSINESSES to build, cultivate, and measure success in the new web -- Brian Solis, John Wiley & Sons, Inc. *International Journal of Advertising*, 29, 505.
<https://doi.org/10.2501/S0265048710201300>
- Statistika, B. P. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak. <https://demakkab.bps.go.id/id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk2020.html>
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK37172/fundamental-metodologi-penelitian-kuantitatif-eksplanatif/preview>
- Sugiyono, P. D., & Lestari, D. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. In *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* (1st ed.). Alfabeta.

<https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>

Sukardi. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (1st ed.). Sinar Grafika Offset.

Syafei, P. D. A. (2024). *Partisipasi Mahasiswa Dalam Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual: Studi di Universitas Gadjah Mada* PUTRI DEVITA ANGGRAINI SYAFEI, Nurhadi, S.Sos., M.Si., Ph.D.

Thill, J. V., & Bovee, C. L. (2024). *Excellence in Business Communication* (14th ed.). Pearson Education Limited.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292450124_A46795135/preview-9781292450124_A46795135.pdf

Wicaksono, M. A. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @wisatadakwahokura TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS. *Jom Fisip*, 4(2).
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/16027/15559>

Wicaksono, P. (2024). *Mengenal Arti Konten dan Jenis-jenisnya*.
<https://www.qubisa.com/article/arti-konten-dan-jenis-konten>

Wijaya, T. (2020). *Model Persamaan Struktural; Konsep dan Aplikasi Menggunakan Amos*. Graha Ilmu.
<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK12808/model-persamaan-struktural-konsep-dan-aplikasi-menggunakan-amos>

Wu, T., Mohamed, A. E. bin, & Hongjun, F. (2023). The Impact of Social Media Use on Chinese Tourists' Intention to Visit an Internet Celebrity City: An Application of Theory of Planned Behavior. *International Journal of Membrane Science and Technology*, 10(1), 950–957.
<http://dx.doi.org/10.15379/ijmst.v10i1.2689>

Yulianto, A. (2020). *Statistika Bimasakti Statistika untuk Bisnis, Manajemen serta Akuntansi*.

Yuliyanti, N. Iaily, & Tagor, R. A. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10). <https://doi.org/10.4324/9780429263965-7>