



Tren dan Pola Penentu Pemilihan Destinasi Wisatawan Domestik Generasi Z di Negara Berkembang: Pendekatan Systematic Literature Review (SLR)

Sari Bulan,¹ Ismanto,¹ Hanif Kurniadi¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Ekonomi, Universitas
Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia

Email: saribulan075@gmail.com, ismanto.asran@gmail.com,
18kurniadihanif@gmail.com

*Korespondensi

Article History: Received: 16-12-2025, Revised: 09-01-2026, Accepted: 13-01-2026, Published: 31-01-2026

Abstrak

Pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan destinasi wisata domestik oleh Generasi Z di negara berkembang masih bersifat terfragmentasi dan tersebar dalam berbagai konteks penelitian, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif dan terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren dan pola determinan pemilihan destinasi wisatawan domestik Generasi Z di negara berkembang melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Proses penelusuran literatur dilakukan secara sistematis pada basis data ScienceDirect, Google Scholar, SpringerLink, dan *Directory of Open Access Journals* (DOAJ) terhadap publikasi periode 2018–2025 dengan mengikuti pedoman PRISMA. Dari total 1.031 artikel yang teridentifikasi, sepuluh artikel memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis secara mendalam melalui proses penyaringan, evaluasi kelayakan, serta sintesis temuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor psikodigital menjadi determinan paling dominan dalam membentuk niat dan keputusan berwisata Generasi Z, yang meliputi kualitas informasi digital, telepresence, *social media marketing*, konten TikTok, serta pemanfaatan *digital tourism*. Kerangka teoritis seperti *Stimulus–Organism–Response* (SOR), *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta konsep persepsi risiko menjelaskan bagaimana stimulus digital memengaruhi proses kognitif dan afektif wisatawan muda dalam mengevaluasi dan memilih destinasi wisata. Selain itu, karakteristik sosial-demografis serta dinamika pascapandemi turut memperkuat variasi perilaku pemilihan destinasi di kalangan Generasi Z. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa integrasi elemen psikodigital perlu menjadi dasar utama dalam perumusan strategi pemasaran dan kebijakan pengembangan pariwisata domestik di negara berkembang agar lebih adaptif terhadap karakteristik dan preferensi Generasi Z.

Kata Kunci:

generasi Z; negara berkembang; pariwisata domestik; pemilihan destinasi; psikodigital

Abstract

Understanding the factors influencing Generation Z's domestic tourist destination choices in developing countries remains fragmented and scattered across various research contexts, thus lacking a comprehensive and integrated picture. This study aims to identify trends and patterns in the determinants of Generation Z domestic tourist destination choices in developing countries through a *Systematic Literature Review* (SLR) approach. The literature search was conducted systematically in ScienceDirect, Google Scholar, SpringerLink, and the *Directory of Open Access Journals* (DOAJ) databases for publications from 2018–2025, following the PRISMA guidelines. Of the 1,031 identified articles, ten met the inclusion

criteria and were analyzed in depth through screening, eligibility evaluation, and synthesis of findings. The analysis revealed that psychodigital factors were the most dominant determinants in shaping Generation Z's travel intentions and decisions, including the quality of digital information, telepresence, social media marketing, TikTok content, and the use of digital tourism. Theoretical frameworks such as Stimulus–Organism–Response (SOR), Theory of Planned Behavior (TPB), and the concept of risk perception explain how digital stimuli influence young tourists' cognitive and affective processes in evaluating and selecting tourist destinations. Furthermore, socio-demographic characteristics and post-pandemic dynamics also strengthen the variations in destination selection behavior among Generation Z. The findings of this study emphasize that the integration of psychodigital elements needs to be the main basis in formulating marketing strategies and domestic tourism development policies in developing countries to be more adaptive to the characteristics and preferences of Generation Z.

Keywords:

destination selection; developing countries; domestic tourism; generation Z; psychodigital



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global, terutama bagi negara-negara berkembang. Menurut WTTC (2024) sektor perjalanan dan pariwisata pada tahun 2024 menyumbang sekitar 10 % dari PDB dunia atau senilai US \$ 10,9 triliun, serta mendukung sekitar 357 juta lapangan kerja. Kontribusi besar ini tidak hanya terlihat pada level global, tetapi juga memiliki dampak yang lebih nyata di tingkat nasional, khususnya bagi negara berkembang yang berperan dalam menghasilkan devisa, menarik investasi internasional, serta menciptakan lapangan kerja yang secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi (Khan *et al.*, 2020).

Meskipun demikian, ketergantungan yang tinggi terhadap wisatawan mancanegara membuat sektor pariwisata global sangat rentan terhadap guncangan eksternal. Kondisi ini terlihat jelas ketika pandemi COVID-19 melanda dunia, menyebabkan terhentinya sebagian besar aktivitas perjalanan internasional serta ketidakpastian ekonomi sehingga terjadi penurunan kunjungan wisatawan internasional hingga 74% pada tahun 2020 (UNWTO, 2023). Dalam konteks ini, pariwisata domestik berperan penting dalam mengurangi ketergantungan terhadap pasar internasional, mempertahankan aktivitas ekonomi di sektor pariwisata, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Sejalan dengan hal tersebut, Chenguang *et al* (2022) bahwa peningkatan perjalanan domestik berkontribusi signifikan terhadap stabilisasi pendapatan sektor pariwisata dan mempercepat proses pemulihan ekonomi di banyak negara berkembang. Dengan meningkatnya partisipasi wisatawan lokal, pariwisata domestik tidak hanya berfungsi sebagai jembatan menuju pemulihan ekonomi, tetapi juga sebagai fondasi menuju sistem pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Selain kontribusi ekonomi dan sosial, memahami motif dan preferensi wisatawan domestik, khususnya Generasi Z, menjadi aspek krusial bagi pengembangan strategi pemasaran dan kebijakan pariwisata yang efektif. Susanto *et al* (2025) menggaris bawahi bahwa generasi Z bukan hanya wisatawan masa kini, tetapi juga segmen masa depan yang sangat strategis dan akan berperan aktif sebagai

pemangku kepentingan utama dalam pariwisata. Hal ini diperkuat oleh penelitian Haratikka dan Purba (2023) menyimpulkan bahwa Gen Z memiliki kebutuhan psikologis untuk liburan sebagai cara mengurangi stres, sehingga wisata bagi mereka bukan sekadar hiburan, tetapi juga bagian dari kesejahteraan personal. Oleh karena itu, para pengelola dan pemasar destinasi perlu memahami faktor-faktor push dan pull (motivasi) yang memengaruhi, karena variabel-variabel tersebut menentukan kepuasan dan niat perilaku, sehingga menjadi dasar perumusan strategi pemasaran dan kebijakan pariwisata (Bayih dan Singh, 2020).

Selanjutnya, pariwisata domestik di negara berkembang memiliki karakteristik berbeda dengan pariwisata domestik di negara maju. Hal ini dapat dilihat dari perilaku perjalanan dan pola pengeluaran wisata yang khas di negara-negara berkembang. Dari sisi perilaku perjalanan misalnya, wisatawan domestik di negara berkembang menghadapi kondisi struktural seperti pilihan moda perjalanan, pertimbangan biaya dan waktu, dan keterbatasan infrastruktur transportasi yang andal (Mwale, Pisa dan Luke, 2024). Di sisi lain, kajian lintas negara menunjukkan bahwa wisatawan domestik di negara berkembang lebih cenderung membelanjakan uangnya pada barang dan jasa lokal (akomodasi kecil, transportasi lokal, konsumsi di UMKM) dibandingkan segmen wisatawan internasional. Karakteristik yang khas ini memunculkan urgensi untuk melakukan analisis yang eksplisit berbasis konteks negara berkembang untuk memahami dinamika dan peluang pertumbuhan sektor pariwisata domestik di kawasan tersebut.

Penelitian terkait pariwisata domestik terus mengalami perkembangan (Setiawati *et al.*, 2023). Penelitian Rasool *et al* (2021) misalnya menyoroti hubungan antara pariwisata domestik dan ketahanan ekonomi di Pakistan, sedangkan Hanh dan Dung (2023) menyoroti faktor psikologis yang memengaruhi keputusan wisatawan lokal di Vietnam. Serta beberapa penelitian terbaru yang fokus pada isu pariwisata berkelanjutan (Volgger *et al.*, 2021; Boto-García and Mayor, 2022; Hasana *et al.*, 2022; henguang *et al.*, 2022; Yang *et al.*, 2023; Mihalic, 2024; Peeters *et al.*, 2024).

Dari berbagai penelitian di atas, tampak bahwa penelitian mengenai pariwisata domestik dan perilaku wisata Generasi Z di negara berkembang masih bersifat terfragmentasi, kontekstual, dan menggunakan beragam pendekatan, sehingga sulit ditarik kesimpulan yang komprehensif mengenai tren dan pola faktor penentu pemilihan destinasi. Dalam kondisi seperti ini, pendekatan Systematic Literature Review (SLR) menjadi relevan karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis secara sistematis seluruh temuan empiris yang berkaitan dengan topik tertentu, dengan standar prosedur yang transparan, terstruktur, dan dapat direplikasi. Pendekatan ini dinilai lebih rigor dibandingkan tinjauan pustaka naratif biasa dan direkomendasikan dalam riset manajemen dan pemasaran modern untuk membangun pengetahuan yang dapat diandalkan (Snyder, 2019).

Sejalan dengan praktik riset mutakhir di bidang pariwisata yang menggunakan SLR untuk memetakan kompetitivitas destinasi, kualitas pengembangan destinasi, maupun tren produk wisata baru (Cimbaljević *et al.*, 2023). Penelitian ini menggunakan SLR untuk mengkaji secara mendalam tren dan pola penentu pemilihan destinasi wisatawan domestik Generasi Z di negara berkembang. Dengan mensintesis berbagai studi lintas negara dan konteks, penelitian ini diharapkan mampu menyusun peta faktor determinan yang lebih terstruktur, mengidentifikasi

kesenjangan penelitian, serta menyediakan dasar yang kuat bagi perumusan strategi pemasaran dan kebijakan pariwisata domestik yang berbasis bukti. Selain itu, pendekatan SLR dapat mengidentifikasi tren penelitian secara menyeluruh termasuk kesenjangan pengetahuan (research gaps) sehingga arah pengembangan teori maupun praktik di masa depan dapat ditentukan secara lebih tepat.

Metode

Untuk memahami lebih jauh kecenderungan Generasi Z dalam memilih destinasi wisata khususnya di negara berkembang. Penelitian ini menyelenggarakan proses penelusuran literatur secara sistematis melalui pencarian elektronik yang dirancang dengan penuh ketelitian. Upaya ini melibatkan eksplorasi menyeluruh terhadap publikasi ilmiah yang terbit pada rentang tahun 2018 hingga tahun 2025. Periode yang mencerminkan perubahan perilaku perjalanan selama fase pra-pandemi, pembatasan mobilitas, dan fase pemulihan pascapandemi. Pencarian dilakukan pada beberapa basis data besar yang menyediakan cakupan literatur multidisipliner serta akses luas terhadap publikasi open access, di antaranya Scencedirect, Google Scholar, SpringerLink, Directory Of Open Access Jurnal (DOAJ) sehingga memungkinkan penelaahan menyeluruh terhadap konten penelitian.

Strategi pencarian bersifat inklusif sekaligus selektif dengan kombinasi kata kunci seperti “domestic tourism”, “destination choice”, “destination selection”, “determinant”, “factor”, “emerging economies”, “Generation Z”, “Gen z” serta memadukan publikasi yang ditulis dalam bahasa Inggris sehingga mendukung evaluasi yang lebih holistik dan sesuai konteks pokok bahasan. Analisis yang dilakukan tidak hanya menilai aspek tematik, tetapi juga menelaah keragaman desain metodologis dengan mencermati pendekatan kuantitatif, kualitatif, maupun desain campuran yang ditinjau. Pendekatan lintas desain dan lintas konteks geografis memberikan ruang untuk menangkap nuansa perbedaan budaya, perkembangan teknologi, serta dinamika sosial ekonomi yang membentuk pola keputusan wisatawan muda di negara berkembang.

Penelitian menitikberatkan pada pemahaman perilaku Generasi Z dalam pemilihan destinasi wisata domestik, sehingga hasil yang diperoleh tetap relevan dan mutakhir. Artikel yang dianalisis dipilih dengan seksama, mencakup studi berbasis data primer maupun sekunder, untuk menghasilkan tinjauan yang komprehensif mengenai faktor-faktor penentu destinasi. Dalam proses pencarian, penerapan strategi Boolean menjadi kunci untuk menelusuri literatur yang luas dan menyusun informasi secara sistematis, memudahkan sintesis temuan dari berbagai sumber.

Data dikumpulkan secara teliti dari beberapa basis data internasional yang disusun dengan hati-hati untuk meminimalkan redundansi. Kombinasi yang terstruktur dari elemen-elemen penting seperti judul, abstrak, dan kata kunci memastikan kumpulan literatur yang konsisten dan koheren. Proses penghapusan duplikasi diterapkan untuk meningkatkan kejelasan dan kualitas analisis. Tahap awal yang krusial dalam tinjauan sistematis ini melibatkan penyaringan yang ketat. Dalam hal itu penilaian judul, abstrak, dan kata kunci dengan seksama agar hanya artikel yang relevan dengan kriteria penelitian yang dimasukkan. Sementara literatur yang tidak sesuai kriteria dieksklusi secara sistematis.

Lebih lanjut, artikel yang memenuhi kriteria kemudian diseleksi melalui pembacaan teks lengkap. Artikel-artikel yang dianggap esensial dikompilasi untuk

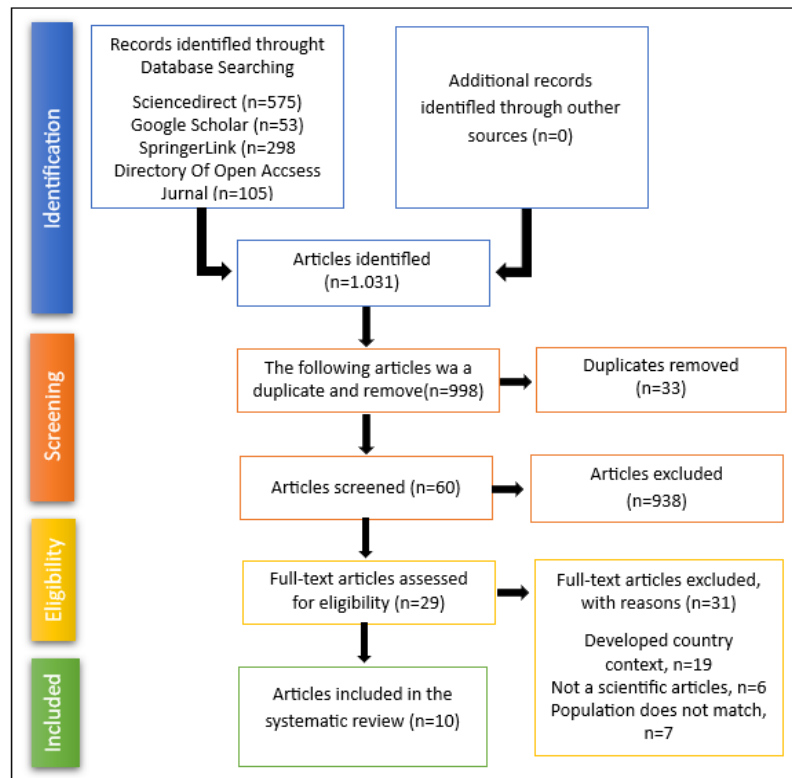
kebutuhan tinjauan sistematis memastikan bahwa hanya literatur yang benar-benar relevan yang dianalisis secara mendalam. Sehingga temuan yang diperoleh dapat memberikan kontribusi substansial dan komprehensif terhadap pemahaman serta pengembangan topik penelitian.

Sebagai landasan metodologis, tinjauan sistematis ini mengikuti pedoman PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews) untuk menjamin analisis yang menyeluruh dan terpercaya (Page *et al.*, 2021). Kerangka PRISMA terdiri dari empat tahap utama: identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan inklusi yang secara rinci dijabarkan pada Gambar 1. Pada tahap identifikasi, pencarian literatur dilakukan secara ekstensif di beberapa basis data, Scencedirect, Springerlink, Google Scholar, Directory Of Open Access Jurnal (DOAJ) dengan strategi pencarian memanfaatkan operator Boolean dengan string yang dirancang khusus untuk tiap basis data yang relevan.

Pada basis data Scencedirect, pencarian dilakukan dengan menggunakan string "domestic tourism" AND ("destination choice" OR "destination selection") AND determinants AND "emerging economies" AND "Generation Z" OR "Gen Z". Selanjutnya string penelusuran Google Scholar menggunakan frasa "destination choice" "destination selection" determinants "emerging economies" "Generation Z" "domestic tourism" filetype:pdf. Adapun Springerlink menggunakan string "domestic tourism" AND "(destination choice" OR "destination selection") AND determinants AND "emerging economies" AND "Generation Z" OR "Gen Z". Sementara itu, pencarian pada DOAJ dilakukan tanpa menggunakan operator Boolean karena keterbatasan sistem pencarian yang tidak mendukung logika pencarian kompleks. Oleh karena itu, pencarian dibatasi pada penggunaan kata kunci "Generation Z Tourism".

Pencarian literatur secara sistematis menghasilkan total 1.031 publikasi. Jumlah tersebut berasal ScienceDirect, Google Scholar, SpringerLink dan DOAJ. Seluruh artikel tersebut melalui proses penelusuran duplikasi yang menyaring 33 rekaman berulang, dan penyaringan lebih lanjut menunjukkan bahwa 998. Artikel mayoritas tidak berada dalam cakupan tematik kajian sehingga dieliminasi. Poses kurasi literatur berlandaskan pada kriteria inklusi yang dirancang secara ketat untuk memastikan bahwa hanya publikasi yang relevan dengan fokus penelitian yakni dinamika pemilihan destinasi wisata dalam konteks negara berkembang dan perilaku Generasi Z yang dapat dilibatkan.

Artikel dipertimbangkan apabila memenuhi kriteria berikut: (1) Secara eksplisit meneliti pemilihan destinasi wisata beserta determinannya, termasuk aspek psikologis, sosial, ekonomi, maupun digital. (2) Membahas wisatawan domestik dalam konteks negara berkembang, baik sebagai populasi utama maupun bagian dari analisis. (3) Menyertakan responden Generasi Z, segmen usia yang relevan, atau memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk menafsirkan perilaku Gen Z. (4) Menyajikan data empiris atau analisis sistematis yang memungkinkan ekstraksi informasi, seperti tujuan studi, metode, lokasi, faktor penentu, serta implikasi penelitian. Dari total 1.031 publikasi yang teridentifikasi, proses seleksi berjenjang secara sistematis menyisakan 60 artikel pada tahap awal dan pada akhirnya 10 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan layak untuk dianalisis, karena memberikan gambaran yang relevan mengenai faktor penentu pemilihan destinasi wisata oleh Generasi Z.



Gambar 1. Diagram Alir Prisma
Sumber: Data Penelitian, 2025

Artikel-artikel yang terpilih memberikan bukti empiris yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci, metode analisis, serta kerangka model yang relevan dalam mempelajari perilaku konsumsi Generasi Z. Temuan ini menjadi dasar bagi perumusan model konseptual di masa depan sebagai determinan utama dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya di negara berkembang. Melalui diagram alir PRISMA pada Gambar 1 memvisualisasikan tahapan identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan secara sistematis.

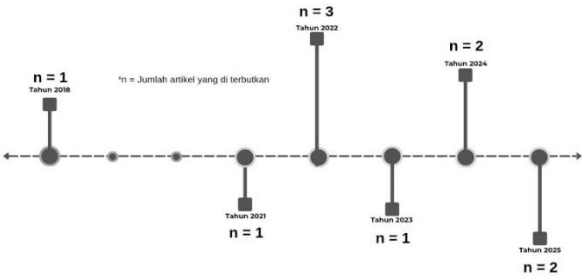
Analisis lebih lanjut terhadap artikel-artikel terpilih mencakup pemetaan tren publikasi, lokasi geografis penelitian, sitasi, metode analisis yang digunakan, variabel-variabel yang diterapkan, serta peran perilaku konsumsi digital sebagai faktor implisit dalam model prediksi perilaku Generasi.

Hasil Penelitian

Tren Publikasi Penelitian Generasi Z

Proses penelusuran literatur dilakukan secara sistematis dengan memusatkan perhatian pada publikasi ilmiah yang terbit sepanjang tahun 2018 hingga tahun 2025. Dari proses tersebut diperoleh 29 artikel sebagai sampel awal. Namun, sepuluh artikel yang memenuhi kriteria dengan seleksi yang ketat, sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya. Seluruh artikel yang masuk spesifikasi ditulis dalam bahasa Inggris, dengan tahun 2022 muncul sebagai periode dengan jumlah publikasi terbanyak, yaitu tiga artikel. Tabel 1 menampilkan rangkuman dari artikel-artikel tersebut, berisi informasi mengenai judul, lembaga penerbit, negara penerbitan, serta

tahun rilis. Di sisi lain, Gambar 2 menunjukkan visualisasi perkembangan publikasi jurnal ilmiah dari tahun 2018 hingga 2025. Grafik ini memperlihatkan bagaimana jumlah karya ilmiah mengalami perubahan dan peningkatan sepanjang rentang waktu tersebut, menandakan perkembangan pengetahuan dan aktivitas penelitian yang terus berlanjut di berbagai bidang. Visual tersebut memberikan gambaran umum mengenai arah dan kemajuan riset dalam periode yang dikaji.



Gambar 2. Jumlah artikel yang di terbitkan
Sumber: Data Penelitian, 2025

Serangkaian penelitian yang dianalisis menunjukkan keterlibatan aktif dari tujuh negara, dengan Indonesia tampil sebagai penyumbang artikel terbanyak di antara seluruh publikasi yang termasuk dalam ruang lingkup negara berkembang. Dominasi Indonesia ini mencerminkan tingginya perhatian akademisi terhadap isu-isu yang relevan dalam konteks pembangunan dan dinamika perilaku wisata di negara berkembang. Selain Indonesia, kontribusi artikel juga tersebar dari enam negara lain yang menjadi bagian dari analisis, sehingga memberikan gambaran komprehensif mengenai keragaman pendekatan, perspektif, dan konteks penelitian. Keragaman geografis ini memperkaya pemahaman terhadap topik penelitian, sekaligus memperkuat validitas temuan lintas negara. Rincian lengkap mengenai distribusi artikel, karakteristik publikasi, dan informasi tambahan terkait setiap studi disajikan pada tabel 1 sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Artikel Pilihan untuk Tinjauan Literatur Sistematis

Penulis	Tahun Diterbitkan	Negara Diterbitkan	Jurnal
D. Azucar, D. Marengo, M. Settanni	Tahun 2018	Inggris	Personality Individual Differences
A. O. Aina & I. O. Ezeuduji	Tahun 2021	Afrika Selatan	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure
Septi Fahmi Choirisa	Tahun 2022	Indonesia	GeoJournal of Tourism and Geosites
A. O. Aina & O	Tahun 2022	Afrika Selatan	African Journal o f Inter/Multidisciplinary Studies (AJIMS)
Mary, N., Joseph, K., & Ramachandran, R.	Tahun 2022	India	ATNA – Journal of Tourism Studies
Farah Putri Wenang Lusianingrum and Widya Nur Bhakti Pertiwi	Tahun 2023	Indonesia	Qubahan Academic Journal (QAJ)

Long Hai PHI and Hien Thi DUONG	Tahun 2024	Vietnam	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure
Thai Viet Nguyen, Trang Quynh Thi Bui, Linh Phuong Bui	Tahun 2024	Rumania	Geojournal of Tourism and Geosites
Sydney Monic U. Alejo, Fernanda Marie M. Cu, Erin Brent D. Reyes, Lorenzo C. Sumang, Marcus Bradley G. Del Poso, and Rowena A. Lunar	Tahun 2025	Philippine	Journal of Hospitality, Tourism & Cultural Research
Rachel Winata dan Feronika Berutu	Tahun 2025	Indonesia	Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pada tabel 2 merangkum distribusi sitasi dari artikel-artikel yang dianalisis dalam periode 2018 hingga 2025. Dari keseluruhan publikasi tersebut, studi yang ditulis oleh D. Azucar, D. Marengo, dan M. Settani. berjudul *“Predicting the Big Five Personality Traits from Digital Footprints on Social Media: A Meta-Analysis”* diterbitkan dalam *Personality and Individual Differences* menjadi karya dengan dampak ilmiah paling menonjol. Artikel ini memperoleh total 776 sitasi dengan rata-rata 97 sitasi per tahun, menunjukkan tingkat relevansi yang tinggi dalam bidangnya. Di sisi lain, dua artikel yang terbit pada tahun 2024 dan 2025 belum menerima sitasi karena merupakan publikasi sangat baru. Meskipun demikian, kedua studi tersebut tetap penting untuk dimasukkan karena menyajikan temuan terbaru yang berpotensi memperkaya pemahaman dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2. Total Sitasi untuk Artikel Terpilih (2018–2025)

Penulis	Judul	Sumber	Total Sitasi	Sitasi/Tahun
D. Azucar, D. Marengo, M. Settanni	Predicting the big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis	Personality Individual Differences	776	97
A. O. Aina & I. O. Ezeuduji	<i>The Influence of Socio-Demographic Factors on Perceptions of Domestic Tourism: The Case of Generation Z</i>	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure (AJHTL)	13	2,6
Septi Fahmi Choirisa	What Drives Gen-Z To Visit Tourist Destinations Using Virtual Reality? The Stimulus-Organism-Response Approach	GeoJournal of Tourism and Geosites	13	3,25
A. O. Aina & O	<i>Impact of the COVID-19 Pandemic on KwaZulu-Natal Generation Z Attitude Toward Domestic Tourism</i>	African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies (AJIMS)	6	1,5

Thai Viet Nguyen, Trang Quynh Thi Bui, Linh Phuong Bui	Integrating TPB, VAB and Generation Theory in Studying the Green Tourism Behavior of Generation Z: A Study in Vietnam	Geojournal of Tourism and Geosites	6	3
Farah Putri Wenang Lusianingrum and Widya Nur Bhakti Pertiwi	pplying Stimulus-Organism- Response (Sor) Adoption forPredicting Generation Z's Intention to Visit Tourism in Indonesia	Qubahan Academic Journal (QAJ)	5	1,6
Mary, N., Joseph, K., & Ramachandran, R.	The Impact of COVID-19 Risk Perceptions on Travel Intention of Young Domestic Tourists in Kerala	ATNA – Journal of Tourism Studies	1	0,25
Sydney Monic U. Alejo, Fernanda Marie M. Cu, Erin Brent D. Reyes, Lorenzo C. Sumang, Marcus Bradley G. Del Poso, and Rowena A. Lunar	Tiktok made me book it: The impact of Tiktok on tourism destination selection of generation Z and millennials in Manila	Journal of Hospitality, Tourism & Cultural Research	1	1
Long Hai PHI and Hien Thi DUONG	Factors Affecting Generation Z's Intention of Choosing a Tourism Destination Abstract	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure	0	0
Rachel Winata dan Feronika Berutu	Analysis Of The Influence Of The Use Of Digital Tourism On The Interest In Visiting Generation Z At The Bank Indonesia Museum	Journal of Tourismpreneurs hip, Culinary, Hospitality,Conv ention and Event Management	0	0

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pola Karakteristik dan Metodologi Studi

Artikel-artikel yang terpilih untuk tinjauan ini sebagian besar berasal dari publikasi *open-access* yang menitikberatkan pada konteks negara berkembang, sehingga tidak semua jurnal memiliki indeks-H atau faktor dampak tinggi, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3. Namun, terdapat beberapa artikel yang dipublikasikan dalam jurnal bereputasi internasional dan terindeks Scopus, seperti *Personality and Individual Differences* yang memiliki skor indeks-H tertinggi yaitu 217, diikuti oleh *African Journal of Hospitality and Tourism and Leisure* (AJHTL), yang telah menerbitkan artikel terkait tren dan pola penentuan destinasi wisatawan domestik Generasi Z di negara berkembang. Beberapa jurnal lain juga menyumbangkan artikel-artikel pilihan yang tercantum pada Tabel 3, meskipun sebagian besar berasal dari sumber *open-access*.

Artikel yang dianalisis menawarkan wawasan berharga dan temuan empiris yang signifikan, mencerminkan beragam pendekatan metodologis yang relevan untuk memahami perilaku wisatawan domestik Generasi Z di negara berkembang. Koleksi studi ini sekaligus menjaga integritas dan kredibilitas tinjauan literatur, sehingga menyediakan dasar yang kuat untuk analisis dan penelitian lanjutan di bidang pariwisata.

Tabel 3. H-Index, Faktor Dampak dan Skor Sitasi untuk Jurnal Terpilih

Nama Jurnal	Skor Kutipan	Faktor Dampak	Indeks-H	Keterangan
Personality Individual Differences	3.42	1.419	217	Jurnal internasional (Elsevier), terindeks Scopus (WoS).
GeoJournal of Tourism and Geosites	1.88	0.296	29	Jurnal geowisata internasional, terindeks Scopus.
African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure (AJHTL)	1.42	0.276	26	Jurnal Afrika, terindeks di Scopus.
African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies (AJIMS)	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak ditemukan metrik Scopus atau SJR
Qubahan Academic Journal (QAJ)	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Metrik internasional tidak tersedia.
ATNA – Journal of Tourism Studies	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Jurnal lokal; tidak terindeks Scimago (WoS).
Journal of Hospitality, Tourism & Cultural Research	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak memiliki data metrik utama Scopus (SJR).
Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Jurnal spesifik lokal, tanpa metrik internasional.

Sumber: Data Penelitian, 2025

Memulai tinjauan sistematis menuntut keputusan metodologis yang cermat, khususnya dalam menentukan sumber data dan kerangka analisis yang paling relevan. Sepanjang proses pemilihan artikel, terlihat pola yang konsisten, di mana sebagian besar penelitian memanfaatkan data primer melalui survei daring, kuesioner, dan analisis digital footprint, dengan satu artikel yang menggunakan data sekunder untuk membangun kerangka teoritis. Hal ini memungkinkan integrasi informasi yang luas dan beragam, mencakup perilaku wisata domestik Generasi Z di Vietnam hingga preferensi digital di Manila, sehingga menyediakan dasar empiris yang kuat untuk analisis lebih lanjut.

Pendekatan tersebut tercermin dalam penelitian Mary *et al* (2022) menekankan analisis mendalam berbasis data primer melalui survei daring untuk memahami perilaku wisata Generasi Z. Analisis awal meneliti pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap niat perjalanan wisatawan domestik muda di Kerala, India, menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menganalisis dampak risiko kesehatan, psikologis, perjalanan, dan finansial terhadap niat bepergian

dengan sampel 1.200 responden. Upaya penelitian berikutnya menilai pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, serta nilai dan kesadaran lingkungan terhadap perilaku wisata hijau Generasi Z di Vietnam dengan SEM dan sampel 270 responden. Analisis tersebut memberikan wawasan empiris yang kuat mengenai determinan perilaku wisata digital Generasi Z dan menekankan pentingnya pemilihan teknik statistik yang tepat untuk mengolah data survei dalam konteks penelitian pariwisata modern.

Penelitian terkini oleh Putri *et al* (2023) yang mengadopsi pendekatan Stimulus-Organism-Response (SOR) menyoroti pola perilaku wisata Generasi Z di Indonesia yang memanfaatkan data primer dari survei daring yang dirancang untuk menangkap interaksi antara faktor stimulus digital, persepsi individu, dan niat kunjungan wisata. Dengan penerapan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan SmartPLS, analisis ini mampu mengeksplorasi hubungan kausal langsung dan tidak langsung antarvariabel secara sistematis. Hasilnya mengungkap tren perilaku wisata digital yang signifikan dan variabel-variabel yang memengaruhi keputusan Gen Z dalam memilih destinasi. Temuan ini tidak hanya memberikan kontribusi empiris yang kuat, tetapi juga menjadi referensi metodologis penting memfokuskan pada pengolahan data primer dan penerapan teknik statistik canggih untuk memahami perilaku wisatawan di negara berkembang.

Meskipun setiap artikel memperkenalkan variabel yang berbeda seperti faktor demografi, persepsi risiko COVID-19, adopsi teknologi virtual reality, dan pengaruh media sosial tampak jelas bahwa minat terhadap pengalaman wisata dan perilaku digital Generasi Z muncul sebagai tema sentral di hampir semua studi. Penelitian oleh Aina (2021) juga Aina dan Alabi (2022) menekankan pengaruh faktor demografi dan persepsi risiko kesehatan terhadap intensi perjalanan domestik, sejalan dengan hal tersebut penelitian oleh Choirisa (2022) juga mengeksplorasi pengaruh stimulasi digital terhadap niat kunjungan. Konsistensi tematik ini menegaskan koherensi tinjauan dan memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisata Generasi Z.

Secara metodologis, hampir semua artikel yang dianalisis mengadopsi pendekatan kuantitatif, dengan teknik statistik yang beragam, mulai dari regresi linier dan logistik hingga model SEM (Structural Equation Modeling) yang dapat dilihat pada tabel 4. Analisis ini disesuaikan dengan tujuan penelitian masing-masing, terkait identifikasi determinan niat keputusan memilih destinasi wisata. Meskipun metode berbeda, seperti penelitian Azucar *et al* (2018) yang menggunakan metode pengumpulan data sekunder sebagai dasar analisis, hal ini disengaja dikarenakan sebagai pemanfaatan temuan penelitian sebelumnya dan jejak digital sebagai landasan informasi untuk memahami perilaku Generasi Z. Keberagaman metode ini tetap menunjukkan pentingnya ketersediaan basis data yang luas dan lintas-konteks untuk menghasilkan temuan yang kredibel dan dapat diandalkan.

Tabel 4. Metode Statistik yang Digunakan dalam Artikel yang Ditinjau

Penulis	Metode Pengumpulan Data	Metode Statistik
Farah Putri Wenang Lusianingrum and Widya Nur Bhakti Pertiwi	Data Primer	Metode SEM menggunakan WarpPLS, Analisis faktor validitas konstruk

Thai Viet Nguyen, Trang Quynh Thi Bui, Linh Phuong Bui Septi Fahmi Choirisa	Data campuran Data Primer	Metode SEM (SmartPLS), Analisis reliabilitas dan validitas konstruk Metode SEM, Validasi reliabilitas dan validitas konstruk
Mary, N., Joseph, K., & Ramachandran, R.	Data Primer	Metode SEM-PLS (PLS-SEM) dengan bootstrapping, Model Perceived Risk multidimensional
Sydney Monic U. Alejo, Fernanda Marie M. Cu, Erin Brent D. Reyes, Lorenzo C. Sumang, Marcus Bradley G. Del Poso, and Rowena A. Lunar	Data Primer	Metode distribusi frekuensi / persentase, Metode rata-rata tertimbang, Metode standar deviasi Metode ANOVA, Metode independent sample t-test
A. O. Aina & I. O. Ezeuduji	Data Primer	Analisis deskriptif, Analisis bivariate
A. O. Aina & O	Data Primer	Analisis deskriptif, Uji perbedaan (ANOVA / t-test)
D. Azucar, D. Marengo, M. Settanni	Data Sekunder	Metode meta-analisis, Korelasi (r) antar variabel
Long Hai PHI and Hien Thi DUONG	Data Primer	Metode Cronbach's alpha, Metode Exploratory Factor, Analysis (EFA), Metode korelasi, Metode regresi linier berganda, Metode one-way ANOVA, Metode Post-Hoc test
Rachel Winata dan Feronika Berutu	Data Primer	Metode regresi linier sederhana

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pada tabel di atas menyajikan ringkasan komprehensif mengenai metode statistik yang diterapkan dalam sepuluh penelitian yang ditinjau, termasuk regresi linier sederhana, regresi berganda, ANOVA, t-test, SEM, dan PLS-SEM dengan bootstrapping. Tabel ini memberikan gambaran teknik yang digunakan untuk menganalisis perilaku wisata Generasi Z, mulai dari prediksi niat kunjungan hingga evaluasi pengaruh persepsi risiko, norma, sikap, dan faktor demografis. Misalnya, regresi linier sederhana dan berganda banyak diterapkan dalam studi prediktif karena interpretabilitas yang tinggi dan kesederhanaannya pada data lintas-seksi, seperti dalam penelitian Winata dan Berutu (2025) serta penelitian Aina (2021) yang menerapkan teknik ANOVA dan t-test untuk membandingkan perbedaan antar kelompok, efektif untuk mengidentifikasi variasi perilaku antara Generasi Z dan kelompok lain.

Di sisi lain, SEM dan PLS-SEM, diterapkan oleh Nguyen *et al* (2024) dan penelitian Mary *et al* (2022), memungkinkan analisis hubungan kompleks antar variabel laten, termasuk sikap, norma, dan persepsi risiko multidimensional. Integrasi bootstrapping meningkatkan ketepatan estimasi parameter dan signifikan secara statistik. Sementara itu, teknik seperti Exploratory Factor Analysis (EFA) dan Cronbach's alpha digunakan untuk validasi konstruk dan reliabilitas instrumen penelitian. Analisis komparatif yang mendalam mengenai keunggulan dan keterbatasan masing-masing metode, termasuk ukuran sampel, jenis data (lintas-seksi vs. longitudinal), dan kompleksitas komputasi, dapat memperkuat pemahaman ilmiah mengenai pemilihan metode yang paling sesuai untuk penelitian perilaku wisata digital Generasi Z.

Dengan mengombinasikan berbagai teknik analitik, dapat mengungkap pola konsisten mengenai bagaimana variabel prediktor baik dari konten digital, teori perilaku, maupun karakteristik sosial mempengaruhi niat dan keputusan berwisata. Keberagaman metode kuantitatif ini juga menegaskan bahwa tidak ada satu teknik statistik yang sepenuhnya dominan; masing-masing memiliki kekuatan dalam menangkap kompleksitas perilaku konsumen modern khususnya dalam penelitian pariwisata di era digital.

Determinan Pemilihan Destinasi Generasi Z

Analisis terhadap sepuluh artikel terpilih menunjukkan bahwa preferensi wisata Generasi Z banyak dipengaruhi oleh aspek psikologis, sosial, dan terutama faktor digital. Variabel prediktor seperti digital footprints, social media marketing, elemen TikTok, kualitas informasi, telepresence, hingga penggunaan digital tourism tampak mendominasi dan berkaitan erat dengan variabel outcome yang berorientasi pada keputusan, termasuk niat berkunjung, pemilihan destinasi, keputusan berwisata, serta perilaku wisata berkelanjutan yang disajikan pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Variabel yang Digunakan dalam Artikel yang Ditinjau

Penulis	Tahun Diterbitkan	Variabel Prediktor	Variabel Terikat
D. Azucar, D. Marengo, M. Settanni	Tahun 2018	Digital Footprints on Social Media	Big Five Personality Traits
A. O. Aina & I. O. Ezeuduji	Tahun 2021	Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan, Pekerjaan	Persepsi terhadap Wisata Domestik, Niat untuk Melakukan Wisata Domestik
Septi Fahmi Choirisa	Tahun 2022	Sense (SEN), Kualitas Informasi (QOL), Telepresence (TEL), Fokus, Perhatian (ATT), Distorsi Temporal (TEM)	Kepuasan (SAT), Niat Berkunjung (VIT)
A. O. Aina & O	Tahun 2022	Attitude, Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Faktor Risiko	Sikap terhadap Wisata Domestik oleh Generasi Z

Mary, N., Joseph, K., & Ramachandran, R.	Tahun 2022	Financial Risk, Health Risk, Psychological Risk, Travel Risk	Travel Intention
Farah Putri Wenang Lusianingrum and Widya Nur Bhakti Pertiwi	Tahun 2023	Social Media Marketing, Destination Attractions	Visit Intention Visit Decision
Long Hai PHI and Hien Thi DUONG	Tahun 2024	Attitude. Perceived, Behavioral Control, Motivation, Perception of Price, Subjective Norm dianggap tetapi tidak signifikan	Intention Behavior (Niat Perilaku untuk memilih destinasi wisata)
Thai Viet Nguyen, Trang Quynh Thi Bui, Linh Phuong Bui	Tahun 2024	Attitudes toward Green Tourism (ATT), Subjective Norm (SUB), Perceived Behavioral Control (BCT), Environmental Concern (EAC), Environmental Awareness (EAW), Ego Perception (EPE)	Intention to Choose Green Tourism (INT), Green Tourism Behavior (GTB)
Sydney Monic U. Alejo, Fernanda Marie M. Cu, Erin Brent D. Reyes, Lorenzo C. Sumang, Marcus Bradley G. Del Poso, and Rowena A. Lunar	Tahun 2025	Elemen TikTok: Sounds, Story (Cerita/Konten Naratif), Details (Detail Informasi dalam Konten), Karakteristik Demografis: Usia, Jenis Kelamin, Status Pekerjaan, Tingkat Pendidikan, Pendapatan/uang saku bulanan	Pemilihan Destinasi Wisata
Rachel Winata dan Feronika Berutu	Tahun 2025	Digital Tourism	Minat Kunjungan

Sumber: Data Penelitian, 2025

Studi yang dianalisis tersebut menunjukkan bahwa preferensi perjalanan generasi Z dibentuk oleh kombinasi faktor psikodigital, karakteristik sosial, dan kondisi eksternal yang terus berubah. Paparan intens terhadap platform visual seperti TikTok dapat dengan cepat memengaruhi persepsi destinasi dikarenakan kualitas informasi digital dan tingkat keterhubungan dengan konten terbukti memediasi hubungan antara rangsangan teknologi dan niat berkunjung (Choirisa, 2022; Alejo *et al.*, 2025; Winata dan Berutu, 2025). Selain pengaruh digital tersebut, perbedaan usia dan pengalaman wisata juga turut membentuk evaluasi mereka terhadap wisata domestik (Nguyen *et al.*, 2024). Bahkan, risiko pasca pandemi menjadi komponen penting yang memengaruhi keputusan perjalanan (Aina dan Alabi, 2022).

Sintesis Temuan

Tujuan utama dari tinjauan sistematis ini adalah untuk menelaah beragam pendekatan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisata Generasi Z dalam memilih destinasi wisata. Analisis mendalam terhadap artikel-

artikel terpilih mengungkapkan bahwa preferensi destinasi terbentuk melalui interaksi kompleks antara rangsangan digital dan konteks sosial. Beberapa studi, Choirisa (2022), menyoroti bagaimana stimulasi digital melalui konten TikTok dan pengalaman virtual reality memediasi evaluasi kognitif dan niat berkunjung. Interaksi ini menunjukkan bahwa aspek digital tidak hanya membentuk persepsi secara langsung, tetapi juga berfungsi sebagai mediator psikologis dalam pengambilan keputusan wisata. Temuan ini selaras dengan studi Aina (2021) dan Nguyen *et al* (2024) yang menekankan bahwa faktor sosial, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, serta norma subjektif, turut membentuk sikap dan perilaku wisata. Secara keseluruhan, perilaku wisata Generasi Z muncul dari kombinasi faktor psikodigital dan sosial, di mana pengalaman digital berinteraksi dengan konteks sosial untuk memengaruhi preferensi dan niat berkunjung.

Hal tersebut juga di pertegas oleh Alejo *et al* (2025) melalui data analisis menggunakan regresi linear berganda, yang menunjukkan bagaimana interaksi media digital, pengalaman virtual, dan pengaruh norma sosial secara bersama-sama membentuk preferensi destinasi. Serta menunjukkan bahwa 35,52% responden pernah merencanakan perjalanan setelah terpapar konten TikTok, dan menegaskan peran signifikan media digital dalam memengaruhi niat kunjung. Berdasarkan temuan ini, didukung oleh landasan teori perilaku konsumen digital Phi (2024) dan bukti empiris terkait sensitivitas terhadap risiko pascapandemi Aina dan Alabi (2022), masuk akal untuk memperlakukan interaksi digital dan persepsi subjektif sebagai prediktor utama dalam membentuk keputusan wisata Generasi Z.

Meskipun tidak semua studi memodelkan hubungan ini secara eksplisit, pola interaksi antara rangsangan digital, pengalaman, dan kondisi sosial menunjukkan mekanisme pengaruh yang sistematis. Untuk penelitian mendatang, metode yang dianggap paling adaptif meliputi model Stimulus-Organism-Response (Putri *et al.*, 2023) karena mampu menangkap dinamika kompleks faktor psikodigital dan sosial, sekaligus menegaskan urgensi strategi pemasaran dan kebijakan pariwisata yang adaptif terhadap karakter unik Generasi Z. Oleh karena itu, kontribusi signifikan terhadap pemahaman perilaku wisata Generasi Z dengan menekankan peran faktor psikodigital dan sosial sebagai determinan utama preferensi dan niat berkunjung, sekaligus menegaskan urgensi strategi pemasaran dan kebijakan pariwisata yang adaptif terhadap karakter unik generasi ini.

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa pemilihan destinasi wisata domestik oleh Generasi Z di negara berkembang dipengaruhi oleh keterkaitan yang kuat antara faktor psikodigital, karakteristik sosial-demografis, serta dinamika kondisi pascapandemi. Berdasarkan sintesis terhadap artikel-artikel yang dianalisis, faktor berbasis digital muncul sebagai determinan yang paling dominan dalam membentuk persepsi, preferensi, dan keputusan berwisata Generasi Z. Kualitas informasi digital, tingkat keterlibatan visual, pengalaman virtual, konten media sosial, serta pemanfaatan digital tourism terbukti berperan penting dalam proses evaluasi destinasi dan pembentukan niat berkunjung. Dominasi faktor digital mencerminkan karakter Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh dan berinteraksi intensif dengan teknologi digital. Proses pengambilan keputusan wisata tidak lagi bersifat rasional semata, tetapi dipengaruhi oleh pengalaman daring yang membentuk citra destinasi secara cepat dan subjektif. Dalam konteks negara berkembang, peran media digital

menjadi semakin signifikan karena keterbatasan informasi formal, variasi kualitas destinasi, serta masih adanya persepsi risiko yang memengaruhi kepercayaan wisatawan domestik.

Selain faktor digital, karakteristik sosial-demografis dan pengalaman individu turut memperkuat variasi perilaku wisata Generasi Z. Kombinasi antara pengalaman personal, kondisi sosial, serta paparan informasi digital membentuk pola keputusan yang unik dan dinamis. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku wisata Generasi Z memerlukan pendekatan yang lebih terintegrasi dengan mempertimbangkan aspek psikologis, sosial, dan teknologi secara bersamaan. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan dan pemasaran pariwisata domestik di negara berkembang perlu berorientasi pada pemanfaatan teknologi digital yang adaptif dan relevan dengan karakter Generasi Z. Integrasi elemen digital dalam promosi, penyajian informasi, dan pengelolaan destinasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik, daya saing, dan keberlanjutan pariwisata domestik.

Referensi

- Aina, A. O. (2021). The influence of socio-demographic factors on perceptions of domestic tourism: The case of Generation Z. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(4), 1503–1515. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-175>.
- Aina, A. O., & Alabi, O. J. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on KwaZulu-Natal Generation Z attitude towards domestic tourism. *African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies*, 4(1), 362–372. <https://doi.org/10.51415/ajims.v4i1.1014>.
- Alejo, S. M. U., Cruz, J. P. R., Dela Peña, R. A., & Santos, M. L. B. (2025). TikTok made me book it: The impact of TikTok on tourism destination selection of Generation Z and millennials in Manila. *Journal of Tourism Studies*, 1(1), 39–61. <https://doi.org/10.53378/jhtcr.353174>.
- Azucar, D., Marengo, D., & Settanni, M. (2018). Predicting the Big Five personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 124, 150–159. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.12.018>.
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: Motivations, satisfaction, and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), e04839. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>.
- Chenguang, D., Li, X., Wang, Y., & Zhang, H. (2022). Impact of domestic tourism on economy under COVID-19: The perspective of tourism satellite accounts. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100055. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100055>.
- Choirisa, S. F. (2022). What drives Gen-Z to visit tourist destinations using virtual reality? The stimulus–organism–response approach. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 45(4), 1633–1642. <https://doi.org/10.30892/gtg.454spl13-984>.
- Cimbaljević, M., Brankov, J., & Vukolić, D. (2023). Systematic literature review on tourism destination competitiveness research. *Turizam*, 27(1), 51–65.

<https://doi.org/10.5937/turizam27-42000>.

- Duong, L. H. P., & Tran, H. T. (2024). Factors affecting Generation Z's intention of choosing a tourism destination. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 13(3), 486–493. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.532>.
- Susanto, Putra, I. G. N. P., & Lestari, N. P. N. E. (2025). Adapting travel business strategies for Gen Z: The role of cross-border partnerships and technology integration. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(2), 108–123. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2025.v19.i02.p01>.
- Haratikka, H., & Purba, A. (2023). Generation Z and travelling interest in Tebing Tinggi. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(3), 331–346. <https://doi.org/10.20414/jed.v5i3.7004>.
- Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective. *Sustainability*, 12(4), 1618. <https://doi.org/10.3390/su12041618>.
- Mary, N., Joseph, K., & Ramachandran, R. (2022). The impact of COVID-19 risk perceptions on travel intention of young domestic tourists in Kerala. *Atna-Journal of Tourism Studies*, 2022(2), 115–140. <https://doi.org/10.12727/ajts.28.4>.
- Mihalic, T. (2024). Trends in sustainable tourism paradigm: Resilience and adaptation. *Sustainability*, 16(17), 7838. <https://doi.org/10.3390/su16177838>.
- Mwale, M., Pisa, N., & Luke, R. (2024). Travel mode choices of residents in developing cities: A case study of Lusaka, Zambia. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 18, 1–14. <https://doi.org/10.4102/jtscm.v18i0.1005>.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Journal of Clinical Epidemiology*, 134, 178–189. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2021.03.001>.
- Peeters, P., Çakmak, E., & Guiver, J. (2024). Mitigating climate change in sustainable tourism research. *Tourism Management*, 100, 104820. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104820>.
- Putri, F., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2023). Applying stimulus–organism–response adoption for predicting Generation Z's intention to visit tourism in Indonesia. *Journal of Tourism Innovation*, 2, 277–288. <https://doi.org/10.58429/issn.2709-8206>.
- Rasool, H., Maqbool, S., & Tarique, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: A panel cointegration analysis. *Future Business Journal*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00048-3>.
- Setiawati, I. D., Widyastutik, W., & Firdaus, M. (2023). Role and determinants of domestic tourism demand in Indonesia. *Economics Development Analysis Journal*, 12(3), 293–304. <https://doi.org/10.15294/edaj.v12i3.68495>.

- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.
- Nguyen, T. V., Bui, T. Q. T., & Pham, L. P. B. (2024). Integrating TPB, VAB, and generation theory in studying the green tourism behavior of Generation Z: A study in Vietnam. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 57(4), 1930–1940. <https://doi.org/10.30892/gtg.574spl07-1360>.
- Than, T. H., & Nguyen, V. D. (2023). Factors affecting tourist experience expectations: Evidence in the Central Highlands of Vietnam. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(2), 680–691. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i2-26>.
- UNWTO. (2023). *International tourism highlights: 2023 edition*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTTC. (2024). *Economic impact of travel & tourism 2024: Global trends*. London: World Travel & Tourism Council.
- Winata, R., & Berutu, F. (2025). Analysis of the influence of the use of digital tourism on the interest in visiting. *Journal of Tourism Studies*, 8(1), 143–154. <https://doi.org/10.46837/journey.v8i1.270>.
- Yang, Y., Wang, C., & Li, X. (2023). Progress in sustainable tourism research: An analysis of the comprehensive literature and future research directions. *Sustainability*, 15(3), 2755. <https://doi.org/10.3390/su15032755>.