

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi preferensi Generasi Z dalam memilih akomodasi perhotelan dengan menitikberatkan pada peran visualisasi digital dan ulasan media sosial dalam proses pengambilan keputusan. Sebagai generasi *digital native* yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, Gen Z cenderung mengandalkan platform digital dan konten daring sebagai rujukan utama sebelum melakukan pemesanan hotel. Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis kerangka kerja PRISMA, dengan sumber data dari Scopus, Web of Science, dan Google Scholar untuk periode 2015-2025.

Kesenjangan penelitian teridentifikasi pada minimnya studi yang secara terpadu menganalisis pengaruh visualisasi digital dan ulasan media sosial terhadap preferensi Gen Z, khususnya dalam konteks industri perhotelan di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya membahas kedua faktor ini secara terpisah, tanpa menguraikan pengaruh multi-tahap dari inspirasi awal hingga loyalitas pasca-menginap.

Hasil telaah terhadap 20 artikel ilmiah menunjukkan bahwa visualisasi digital berkualitas tinggi, desain *Instagrammable*, dan teknologi *immersive* (virtual tour 360°, AR) secara signifikan meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan Gen Z. Sementara itu, ulasan media sosial yang kredibel, konsisten dengan pengalaman nyata, serta diperkuat *social proof* dari komunitas online, terbukti mempercepat proses pemesanan dan meningkatkan loyalitas. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pemasaran yang mengintegrasikan estetika visual dan ulasan autentik memiliki potensi besar dalam menarik segmen pasar Gen Z di sektor perhotelan.

Kata kunci: Preferensi Gen Z, visualisasi digital, ulasan media sosial, perilaku konsumen hotel, *Systematic Literature Review*.