

## DAFTAR PUSTAKA

- Asrini, D. P. (2005). Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata Pada PT Arminta Jatra Bhuana Semarang. *Universitas Negeri Semarang*, 1–35.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>.
- Camilleri, M. A. (2019). Tourism Planning And Destination Marketing. In *Tourism Planning and Destination Marketing*. Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/9781787562912>.
- Damastika, A. A. (2013). Sistem Informasi Penjualan Paket Wisata Berbasis E-Tourism Kabupaten Pacitan. *Other Thesis, STMIK Sinar Nusantara Surakarta.*, 1–81.
- Efrianto, A., & Suwitho. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Alana Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–19.
- Handayani, R. I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Pantai Kutang Pada Wisatawan Domestik. *Other Thesis, University of Muhammadiyah Malang*, 89.
- Isbandini. (2020). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Interaktif (Interactive Marketing) Perpustakaan. *Media Informasi*, 29(1), 70–78. <https://doi.org/10.22146/mi.v29i1.4008>.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu.
- Morissan M.A. (2018). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group.
- Muhadi, M. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Cheesecake Pada L'Cheese Factory Pekanbaru Ditinjau Dalam Ekonomi Islam. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*, 1–85.
- Murfiyaningrum, A. N., Purnawan, N. L. R., & Pascarani, N. N. D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Bali Food Safari Dalam Meningkatkan Awareness Konsumen. *E-Jurnal Universitas Udayana*, 1–10.
- Nissa, Q. K., & Ratnasari, A. (2022). Personal Selling dalam Memasarkan Jasa Angkutan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 675–684. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1398>.
- Nurfaizal, M. N. S. (2015). Pengaruh Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Distro Runaway Merch Bandung). *Universitas Islam Bandung*, 102.

- Purnama, P., Anggraini, R., Hartono, A., Irwansyah, & Ernungtyas, N. F. (2019). Terpaan Iklan Digital, Word Of Mouth dan Komunikasi Pemasaran Interaktif pada Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), 192–209.
- Putri, S. E. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional mix) pada Matahari Department Store Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.45-54>.
- Rafa'al, M. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(1), 46–61. <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.63>.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safithry, E. A. (2018). *Asesmen Teknik Tes Dan Non Tes*. CV IRDH.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. USU Press.
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. In Edisi ke 1*. USU Press.
- Suryani, A. I. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *Jurnal Spasial*, 3(1), 33–43. <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1595>.
- Suryani, M. A. I., Arifin, Z., & Hatta, H. R. (2017). Pemilihan Paket Wisata Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 12(2), 64–68. <https://doi.org/10.30872/jim.v12i2.646>.
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata (Cetakan 1)*. Kanisius.
- Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Utama, G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Kencana.