

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, P. (2019). Analisis Potensi Sektor Ekonomi sbagai Penunjang Perubahan Ekonomi Kabupaten Boalemo. *Jurnal Gorontalo Development Riview. e- 2* (2), 27.
https://www.researchgate.net/publication/336615449_Analisis_Potensi_Sektor_Ekonomi_sebagai_Penunjang_Pertumbuhan_Ekonomi_Kabupaten_oalemo
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Bafadhal, A. S. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata (Pendekatan Lean Planning)*. Malang: UB Press.
- Bakhtiar, A. N. (2022). *Faktor Psikologi Marketing “Priming Effect” Dalam Meningkatkan Jumlah Donasi Di Laznas Nurul Hayat Surabaya*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi.
- Damardjati, R. S. (2009). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Danial, & Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Djati , T. A. (2020). Pemasaran Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen “Decoy Effect” Membeli Produk Yang Lebih Mahal. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*. 2 (2), 190-194.
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/672>.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Huda, H. I. (2021, Agustus 7). *Prinsip-Prinsip Psikologi Marketing Yang Memikat Konsumen*. Diambil Kembali dari [stekom.ac.id: https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/5-Prinsip-Psikologi-Marketing-yang-Memikat-Konsumen/2d201417bd4c52bb8d2fd97eb9e44cbaaf8bff67](https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/5-Prinsip-Psikologi-Marketing-yang-Memikat-Konsumen/2d201417bd4c52bb8d2fd97eb9e44cbaaf8bff67)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.

- Maleong, L. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Morrissan, A. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Patton. (2017). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pendit , S. N. (2009). *Ilmu Parwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT.Pradnya Paramita.
- Shimp, A. T. (2014). *Komunkasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promos*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.