

## DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2021). *Online Advertising VS Offline Advertising*. Retrieved Juli 16, 2023, from Glints: <https://glints.com>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasara Jasa*. Bandung: Alfabeth.
- Amanah, S. (2015). Peranan Bauran promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera*.  
<http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/lentera/article/view/931> diakses 19 Mei 2023
- Apriliawati, M. (2014). *Iklan Online Dalam Media Sosial*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Asrini, D. P. (2005). *Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata Pada PT Arminta Jatra Bhuna Semarang*. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Camilieri, M. A. (2019). *Tourism Planing and Destination Marketing*. UK: Emerlard Publishing Limited.
- Darmadjati, R. S. (2010). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradyna Paramita.
- Haq, Z. (2009). *Service Marketing* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Holland, J., & Leslie, D. (2018). *Tour Operators and Operations Library of Congress*. UK: Publication Data.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Salemba Empat.
- Morisson. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Moloeng, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*.PT. Remaja Rosdakarya:Bandung.
- Nashih, A. R. (2017). Pengaruh Lokasi, Atmosphere, Keragaman Produk, Harga dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian. *Bachelor of Management*.

- Nuriata. (2014). *Perencanaan dan Pelaksanaan Perjalanan Wisata*. Bandung: Alfabeta.
- Patricia, E. (2022). *Offline Advertising*. Retrieved Juli 16, 2023, from Mediani: <https://mediani.com>.
- Patterson, C. (2007). *The Business of Ecotourism The Complete Guide for Nature and Culture Based Tourism Operator*. Canada: Trafford Publishing.
- Peterson, J. P., & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Putri, S. E. (2017). Presepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi . *Management Insight* . <https://media.neliti.com/media/publication/220095-presepsi-kosumen-terhadap-bauran-promosi> diakses 16 Juli 2023.
- Republik Indonesia. Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 9 Tahun 1990. Menteri Sekretaris Negara: Jakarta.
- Riadi, E. (2010). *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offest.
- Ristika, A. (2022). *Iklan Online*. Retrieved Juli 16, 2023, from Sirclo Store: <https://store.sirclo.com>.
- Saworno, J., & Prihantoro. (2012). *Perdagangan Online*. Jakarta: PT Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutoyo, A. (2017). *Pemahaman Individu (Observasi, Checklist, Interviu, Kuesioner, Sosiometri)*. Yogyakarta: Pustaka Pajar.
- Suyitno. (2006). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Swastha. (2021). *Produk Kreatif Kewirausahaan*. Yogyakarta: Ikatan Penerbit Indonesia.
- Utama, I. G. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi.
- Utami, C. W. (2008). *Manajemen Pemasaran* . Malang: Bayu Media.
- Wahyudi, A., & Wijaksana, T. I. (2016). Pengaruh Proses Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Produk Indihome. *e-Proceeding of Management* .
- Wijayasa, I. W. (2017). Komponen Sebuah Perjalanan Wisata. *Jurnal Pariwisata Budaya* .  
<https://www.researchgate.net/publication/335771872> Komponen Sebuah Perjalanan Wisata Tour diakses 25 Mei 2023