

DAFTAR PUSTAKA

- Anden. (2021). Masa Depan Pariwisata Kota Palangkaraya. *Jurnal Penelitian UPR, Vol.1, No.1 Hal 9-16*. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jpt-upr/article/view/3157/2571>
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Basari, A. N. (2022). Analisis Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Inovasi Penelitian* , Vol. 3 No.02 Hal 4873 - 4886.
- Ariyanto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/560444-manajemen-pemasaran-95035f3c.pdf>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Jakarta.
- A'yun, Annisa Q., Suminah., & Hanifah, I. (2020). Pemberdayaan Digital Marketing Tourism Karang Taruna Desa Kemuning pada Destinasi Wisata Pasar Mbatok. Surakarta. *Universitas Sebelas Maret*. Jawa Tengah.
- Cetin & Yarcana. (2014). Strategi Pemasaran Paket Wisata Pada PT. Cahaya Tedung Abadi Holiday Denpasar. *Jurnal IPTA Vol.2 No.2*.
- Diana & Syahrir. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol.3, No.1 Pages 10-33.
- Ernawati Diah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian produk Hi Jack Sandal. *Wawasan Manajemen, Vol. 7 No.1 Hal 17-32*. <https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf>
- Hendrita, V. (2017). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, Vol.2, No.2.
- Heindrick. (2009). Boards in Turbulent Time. *Corporate Governance Report* .
- Ismayati. (2010). Pengantar Pariwisata. *PT Gramedia Widisarana*. Jakarta.
- Kementerian Pariwisata. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1.

- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2022): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey. *Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Malau. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 186.
- Ramdan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Program Efektifitas Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Sarosa, Samiaji. (2017). *Penelitian Kualitatif : Dasar-Dasar*. Indeks. Jakarta
- Satriyo, D. B. A. (2020). Peranan Tour Planner dalam Penyusunan Paket Wisata di Cv. Alam Wisata Nusantara Surakarta. *Universitas Negeri Semarang*. Jawa Tengah
- Sinaga, A. (2022). Pengaruh Efektivitas Pemasaran Dengan Metode Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sundari, E. (2020). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 206-207.
- Supriyati. (2011) *Metodologi Penelitian*. Labkat press. Bandung
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata: Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran : Edisi 4*. ANDI. Yogyakarta.
- Winartha, I. M. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Offset. Yogyakarta
- Yoeti, Oka A. (2001). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.