

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., dan Fatchiya,A, 2017. “Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat”, *Jurnal : Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*. Vol 1, No 4 : 451-466.
- Apriani, S. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Palembang Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Kain Songket Pipit Songket Palembang, *Skripsi*. UIN Raden Fatah Palembang.
- CNN Indonesia. 2018. *Pariwisata Indonesia Masuk 10 Besar Dunia Versi WTTC*. Diunduh di alamat <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181003195638-269-335466/pariwisata-indonesia-masuk-10-besar-dunia-versi-wttc>. Di akses tanggal 20 Juni.
- Djabar, A & Anisa, 2021. “Pemberdayaan Pokdarwis “Doro Mboha” Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Rora Donggo Bima”, *Jurnal : Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Bidang Pariwisata*. Vol 1, No 1 :21 -28.
- Djumrianti, D. 2020. Studi Wilayah Pariwisata. Palembang : Citrabook Indonesia.
- Fatchiya, A., & Ari, R, 2021. “Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam”, *Jurnal : Sains dan Pengembangan Masyarakat*. Vol 5, No 1 : 64-84.
- Fatchiya, A, 2019. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten”. *Jurnal : Komunikasi Pembangunan*. Vol.17, No1 : 13-27.
- Iha, H, dkk, 2020. “Efektivitas Promosi Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)”, *Jurnal : Ekonomi dan Kepariwisata* . Vol. 11, No 2 : 116-129.
- Kristianto.P.L 2011. Psikologi Pemasaran. Yogyakarta : CAPS.
- Liza,H. 2022”*Interview kunjungan wisatawan*”. Palembang.
- Lukman, A, 2013. “Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran”, *jurnal : ekonomi dan kewirausahaan*, vol.13, No.2 : 116-129.
- Lukitaningsih, A, 2013. “Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal : Ekonomi dan Kepariwisata*. Vol 13, No 2 :116-129.
- Mahdalena. 2018. Pengaruh Aida Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Restoran Wong Solo Cabang Bali). *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Manajemen Perbankan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Sairuddin.

- Nadzifah, L. 2017. Analisis Efektivitas Iklan Toyota Avanza Pada Media Cetak Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Kota Malang. *Skripsi*. Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Natalia, N.A., & Handiyanto, 2020. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Media Promosi Produk Pertanian Buah” *Jurnal : Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*. Vol 4, No 6 : 866-879.
- Nugroho, R.A, 2019. “Karakteristik Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Solo”, *Jurnal : Kepariwisata Indonesia*. Vol 13, No 2 : 25-35.
- Nuryani, B. 2016. Wanita Sebelum Umur 30. Yogyakarta : Saufa
- Oktaviani, W.F., & Fatchiya, A, 2019. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten”, *Jurnal: komunikasi pembangunan*. Vol.17, No.1 : 13-27.
- Pasaribu, N.Y.N, & Hadiyanto, 2020. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk Pertanian Buah (Kasus : Instagram Tani Hub Indonesia, Pasar Minggu, Jakarta Selatan)”, *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*. Vol 4, No 6 : 866-879.
- Rizky, M. 2021. Analisis Strategi Digital Marketing Pada Objek Wisata Alam Danau Shuji, *Skripsi*. Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Sari, M.P, 2017. “Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Unibersitas Riau”, *Jurnal: JOM FISIP*. Vol 4, No 9 : 1-13.
- Septian, R., 2018. *Pariwisata Indonesia Peringkat 9 Dunia di Era Jokowi-JK*. di Unduh di <https://pontas.id/2018/10/23/pariwisata-indonesia-peringkat-9-dunia-di-era-jokowi-jk/>. Di akses tanggal 9 April.
- Septika, B.H & Yayang E,R, 2016. “Analisis Efektivitas Implementasi Bauran Promosi Wisata Pada Objek Wisata Air Terjun Sendang Gile Kabupaten Lombok Utara”, *Jurnal : Sangkareang Mataram*. Vol 2, No 4 : 57-61.
- Siahaan, A. 2016. 8 Tanda Anda Butuh Berlibur. Di unduh di <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/2461459/8-tanda-anda-butuh-berlibur>. Di akses tanggal 16 Juli.
- Suryadi, S. 2017. Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Sabun Antiseptik Merk Lifebouy di Kampung Pemahan). *Skripsi*. Fakultas Bisnis President University.

- Sufa, F. 2014. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Kualitas Pesan Iklan, Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sumartono, & Hani A, 2018. “Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan”, *Jurnal :Komunikasi*. Vol 15, No 1 : 8-14.
- Ulfah, M, 2018. “Efektivitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekan Baru”, *Jurnal : JOM FISIP*. Vol 5, No 1 : 1-14
- Wahidar, T.I, 2019. “Efektivitas Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Buluhcina (Studi Deskriptif Kuantitatif Terhadap Akun Instagram @Desabuluhcina)”, *Jurnal : Ilmu Komunikasi*. Vol 9, No 2 : 186-200.
- Wati, A.P., Martha, J.A., & Indrawati, A. 2020. *Digital Marketing*. Malang : Edulitera.
- Widyastuti, D, 2017, “Karakteristik dan Motivasi Berwisata Kelompok Lanjut Usia di Kota Yogyakarta”, *Jurnal : Nasional Pariwisata*. Vol 9, No 1 : 82-90.
- Wijayanti, A, 2021. “Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal:Tourism and Leisure*. Vol 2, No 1 : 26-39.
- Yanti, D, 2020. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba”, *Jurnal Pariwisata dan Budaya*. Vol.1, No 1 : 16-26.