

## REFERENCES

- Adani, M. R. (2020). *Pengenalan apa itu website beserta fungsi, manfaat dan cara membuatnya*. Retrieved April 6, 2022, from <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pengertian-website/>
- Adelheid, A. (2015). *Website No.1 Cara mudah: bikin website dan promosi ke SEO*. Yogyakarta: Penerbit MediKom.
- Agustrijanto. (2006). *Copywriting, Seni mengasah kreatifitas dan memahami bahasa iklan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ariyadi, W. (2017). *101 Amazing copywriting ideas*. Yogyakarta: Quadrant.
- Arrouf, R. F. (2018). *Tas totebag dengan menggunakan tali pursik*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Astono, R. (n.d.). *Belajar Copywriting; Jual lebih banyak dengan tulisan*. Retrieved April 3, 2022, from <https://riantoastono.com/belajar-copywriting-jual-lebih-banyak-hanya-dengan-tulisan/>
- Bowdery, R. (2008). *Copywriting: the creative process of writing text for advertisements or publicity material*. New York: AVA Publishing.
- Damardjati, R. S. (1995). *Istilah-istilah dunia pariwisata*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Ferrell, O. H. (2012). *Marketing strategy text and case*. Cengage Learning.
- Gumelar, S. S. (2010). *Konsep pengembangan kawasan agrowisata*. Retrieved April 7, 2022, from <https://bit.ly/3z3MIJh>
- Hermawan. (2013). *Promosi dalam prioritas kegiatan pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. (S. Negara, Ed.) Jakarta, Indonesia. Retrieved March 2, 2022, from

[https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data\\_puu/regulation\\_subject\\_1561519128\\_10\\_tahun\\_2009.pdf](https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1561519128_10_tahun_2009.pdf)

Junaedi, I. W., & Utama, I. G. (2018). *Agrowisata sebagai pariwisata alternatif indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13rd ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Neville. (2022, April 19). The AIDA Model in Marketing (Why It's Important + What It's Used For). Retrieved July 2, 2022, from <https://copywritingcourse.com/blogs/42-aida-formula/>

Prastari, A. (2011). *Seru (nggak)nya jadi Copywriter*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Puspitasari, W. (2019, August 12). Ini tiga alasan mengapa promosi digital objek wisata menjadi penting. Purwokerto: Antaranews.com. Retrieved from <https://bit.ly/3J4zCQL>

Rieck, D. (2008, January 24). The 5-Step Power Copy Writing Method. Retrieved July 2, 2022, from <https://copyblogger.com/power-copywriting/>

Rodgers, S., & Thorson, E. (2012). *Advertising theory*. Routledge.

Soekadijo. (2000). *Anatomi pariwisata, Memahami pariwisata sebagai sistematic linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, A. H. (2007). *Step by step web design theory and practice*. Yogyakarta: Andi.

Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (III ed.). Yogyakarta: ANDI.

Widodo. (2018). *Metodologi penelitian: Populer & Praktis*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Yoeti, O. (1995). *Dasar-dasar Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

YOT. (2022, April 18). *Apa Manfaat Copywriting Beserta Contohnya*. Retrieved from YOT Indonesia: <https://bit.ly/3cLkewI>

Yuhefizar. (2008). *10 jam Mengenal Internet Teknologi dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.