

DAFTAR PUSTAKA

- A'lawiyyah, I., Wibisono, N., & Hardiyanto, N. (2021). Proyek perancangan video promosi sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness Kreuz Bike Indonesia di Instagram. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 1316–1320. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2932>
- Adiatma, D., Syuyaman Rukma, D. F., & Farisya, G. (2022). Pengaruh promosi terhadap tingkat hunian kamar di Favehotel Cimanuk Garut. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 68–78. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.987>
- Alfaris, S., & Sartika Sari, Y. (2020). Analisa dan perancangan aplikasi penyewaan gelanggang olahraga berbasis web (Studi kasus: GOR Larangan). *Sistem Informasi dan E-Bisnis*, 2(2), 2655–7541. <https://jurnal.ikhafi.or.id/index.php/jusibi/298>
- Bone, K., & Bone, K. (2024). Analisis daya tarik wisata Air Terjun Ilohu'uwa. *Jurnal Riset Pariwisata Indonesia*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.37905/jrpi.v1i1.27945>
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). Video promosi. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278>
- Fasya, M. N., & Furqon, A. (2025). Koherensi faktor demand dalam sistem kebijakan kepariwisataan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 118–131.
- Kusuma Putra, G. L. A., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik sebagai sarana komunikasi promosi dalam media sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>
- Marliani, L. P. (2021). Pengembangan video pembelajaran untuk meningkatkan motivasi belajar siswa sekolah dasar. *Paedagogy: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v1i2.802>
- Mathory, E. A. S., & Syahna. (2022). Dampak video promosi objek wisata pada peningkatan pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 4(2), 105–119.
- Mulya, Q. P., & Yudana, G. (2018). Analisis pengembangan potensi kawasan wisata Sungai Musi sebagai tujuan wisata di Kota Palembang. *Cakra*

Wisata, 19(2), 41–54. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34140>

- Ningrum, L. M. P., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Qolsa Metro tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi branding Bandung Giri Gahana Golf sebelum dan saat pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 159.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian: Strategi, tahapan, dan analisis data. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran (JTTP)*, 2(3), 793–800.
- Revida, E., Munsarif, M., Semarang, U. M., Mangiring, H., Simarmata, P., Indonesia, P. B., & Saputra, D. H. (2020). *Tourism marketing* (Issue February 2021).
- Ricki, & Devira, J. (2019). Analisis dan perancangan sistem pendukung keputusan pemilihan karyawan terbaik pada PT. Wahyu Perdana Persada dengan metode Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 4(3), 255–265.
- Siallagan, A. F. (2011). Analisis permintaan wisatawan nusantara objek wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir [Skripsi, Universitas Diponegoro].
- Sitorus, J. H. P., & Sakban, M. (2021). Perancangan sistem informasi penjualan berbasis web pada Toko Mandiri 88 Pematangsiantar. *Jurnal Bisantara Informatika (JBI)*, 5(2), 1–13. <http://bisantara.amikparbinanusantara.ac.id/index.php/bisantara/article/download/54/47>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di online shop Mita (Studi pada masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.

- Trisnawati, T., Arif, D. N., & Ali, E. Y. (2024). Analisis konten media sosial di objek wisata Curug Cinulang melalui The 7C Framework. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 10(4), 1155–1161.
- Ummah, M. S. (2019). Strategi pemasaran dalam persaingan destinasi pariwisata. *Sustainability* (Switzerland), 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh promosi, atribut produk, dan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>
- Wahyuni, S. (2020). Analisis pola daya tarik wisata berdasarkan potensi sumber daya (supply) sebagai aset dan daya tarik di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(1), 13–22. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.14>
- Wardah, W., Syahruraji, A., & Rokmanah, S. (2023). Pentingnya pola komunikasi dalam pembelajaran untuk meningkatkan motivasi peserta didik sekolah dasar. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4(1), 145–154.
- Wibowo, T., & Kurniadi, A. D. (2021). Perancangan dan pembuatan video promosi wisata Kota Bengkulu menggunakan metode ADDIE. *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*, 1(1), 365–374. <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>