

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I Gede. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Jurnal Pariwisata Budaya*, Vol.3 No.2, 81-92.
- Agustinawati. (2018). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, Vol.7 No.2, 11-17.
- Ajeng Puspita Priantana dan Edi Santoso. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global*, Vol.8 No.1.
- Atiko Gita, R. H. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada akun Instagram @indtrevel). Vol.3 No.2, 2349.
- Cica, W. (2020). Digital Marketing dalam Promosi Kunjungan Wisata. *Manajemen Komunikasi*, Vol.6 No.2.
- Hamid, N. A. (2014). Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelesong. *Trikonomika*, Vol 13 No 2, 184-194.
- Kartini, C. B. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, Vol.4 No.1.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management* 1. Lane.
- Lestari, R. A. (2019) *Implementasi Strategi Untuk Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Sumatera Selatan Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Provinsi (RIPPARPROV) Sumatera Selatan 2015-2025*. Palembang : Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Maman, C. (2008). Strategi Public Relations dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus dengan Pendekatan Marketing Public Relations di Provinsi Banten). *Mediator*, Desember.
- Mudea. Dkk. (2017) Strategi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Pariwisata di Kota Bitung. Vol.2 No.2
- Ratnasari, D. M. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, Vol 1 No 1.
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, Vol 10 No 2, 107-112.

- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan.
- Sistaningrum, Widyanintyas. 2002. Manajemen Penjualan Produk. Jakarta : kanisius.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suryadana, I., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Yulita, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata, Vol.2 No.2*, 165-183.
- Zahrotul, U. (2015). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi, Vol 4 No 2*, 195-201.
- Zaenal, Z. (2020). Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. *Jurnal of Accuanting and Finance, Vol.1 No.1*.