

DAFTAR REFERENSI

- 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), Desember, 451-466.
- Agung, D. P. (2019). “Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang”. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*. Vol. (1), No. (1), 60-70.
- Alfiyandi dan Syarfan L. O. (2016). “Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru”. *Jurnal Valuta*. Vol. (2), No. (1), April, 54-65.
- Amilia, Suri (2016). “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol. (5), No.(1), Mei, 459-468.
- Anandito, E.H (2021), “Pengaruh Event Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Melalui Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi” *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. (6), No. (10), Oktober, 4946-4953.
- Astuti, W. P. & Kusumawati, A (2018) “Upaya Pemasaran Pariwisata Ponorogo Melalui City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Pada City Branding Kabupaten Ponorogo Dengan Tagline “Ethnic Art Of Java”)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. (55), No. (1), Februari, 48-58.
- Bahiyah C. , Hidayat, W. R2 & Sudarti (2018). “Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo” *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 2 Jilid , 95 – 103*.
- Christian, Yusak dan Murnisari, Retno. (2017). “Analisis Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada UD Sinar Jaya Blitar”. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. Vol. (2), No. (2), 197-209.
- Dewi, N. M. dan Samuel, Hatane. “Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petr*. Vol. (3), No. (1), 1-13.\

- Farahdiba, Dea (2020). "Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi". *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*. Vol. (8), No.(1), Februari, 22-38.
- Ferniza, Henny. (2017). "Antara Potensi Dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata Di Sumatera Barat". *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, Vol. (13), No. (1), Maret, 56-66.
- Fitri, T.S.C (2018), "Event Marketing Urban Gigs Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Produk Gg Mild Di Pekanbaru" *JOM FISIP Vol. 5: Edisi I Januari – Juni*, 1-14
- Handayani, E. & Dedi, M (2017). "Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi". *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol. (7), No. (02), Oktober, 151-160.
- Hariyanti, N. T. & Wirapraja, A (2018) "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)" *Jurnal Eksekutif*. Vol. (15), No. (1), Juni, 133-146.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Alih Bahasa Daniel Yadin, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler and Gary Amstrong. 2008. *Principle of Marketing*, Seventh Edition, Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Kotler dan Amstrong. 2017. *prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, C.S.D (2016), *Modul Manajemen Event Jurusan Pendidikan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*
- Manafe J. D., Setyorini, T. & Alang, Y. A., (2016), "Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote NTT)" *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. (4), No.
- Nainggolan, Y., Zaini, M. & Althalets, F.(2018). "Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan Timur". *eJournal Ilmu Komunika*, Vol. (6), No. (3), 136-148. (1), Juni, 112- 123.

Any Noor. 2017. Manajemen Event. Bandung : Alfabeta

Putri, O. D dan Disastra, G, M (2019). “Tinjauan Mengenai Kegiatan "Ngopi Bareng Kai" Sebagai Suatu Kegiatan Event Marketing Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Pada Tahun 2019”. *Jurnal Proceeding of Applied Science*. Vol.(5), No.(2)

Rismawati (2018). “Peran Duta Wisata Dalam Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kota Samarinda (Studi Kasus Duta Wisata Samarinda” *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. (6), No. (3), R 1204-1218.

Rohman dan prananta (2018). “Sistem Pengelolaan dan Strategi Pemasaran Event Pariwisata di Nusa Dua”. *Journal of Tourism and Creativity*. Vol.(2), No.(1)

Rohman Y. A & Prananta, Rebecha (2018). “Sistem Pengelolaan dan Strategi Pemasaran Event Pariwisata di Nusa Dua”. Vol.2 No.1 Januari 2018 *Journal of Tourism and Creativity* 47-68

Sangadji, S. S., Suhardi., Ali, C. P. M (2019). “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. (13), No. (2), 142-157.

Sarastuti, Dian (2017). “Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova”. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. (16), No. (01), Mei, 71 – 90.

Satria, Edia. (2018). “Analisa Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kerinci”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol, (9), No. (1), Mei, 53-63.

Sinambela, D. R., Winarto & Panjaitan, M (2019). “Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Prima Motor Pasir Pengaraian”. *Jurnal Ilmiah Methonomi*. Vol. (5), No. (1), 67-74.

Sukmawati, linda dan Priansa, D. J (2020) “Analisis Faktor Terhadap Efektivitas Penyelenggaraan Event Marketing Yang Dilakukan Oleh Pt. Dealpro Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Yang Memakai Jasa Event Dealpro Indonesia Tahun 2020)”. *Jurnal e-Proceeding of Applied Science* : Vol.(6), No.(2), Agustus, 817-822.

Sukoco, H. M (2014), “Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol (7), No(1) Agustus, 9-16.

Sumarto L. M., Junipriansa, Donni., & Mustikasari, Ati (2020). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Iklan Melalui Media Sosial Instagram Bimbingan Belajar Ganesha Operation Tahun 2020”. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. (6), No.(2), Agustus, 1-8

Suwarso, W. A. (2021). Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang. Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema, 3(2), 146-156.

Triyono, J., Damiasih, M. P. & Sudiro S, (2018). “Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampong Wisata Di Desa Melikan Kabupatean Klaten” Jurnal Kepariwisata. Vol. (12) No. (1), Januari, 29-40.

Wulandari, D. Suroso, I dan Bisma, Asbullah (2015). “Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Brand Awareness Kabupaten Jember” Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. (9), No.(1), Januari, 43 – 55

