

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Pengembangan Strategi Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal THE: Tourism and Hospitality Essentials*. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9016>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, & Praktik*. Pearson UK.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Kompilasi dengan Undang-Undang Perubahan, Peraturan Pelaksanaan, dan Putusan Mahkamah Konstitusi. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/527>
- Djaslim Saladin. *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya, Jakarta, h. 166.
- Fistiani, B., Vestikowati, E., & Nursetiawan, I. (2022). Pelaksanaan Promosi Objek Wisata di Kecamatan Cijeungjing oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Ciamis.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-17. Pearson Education.
- Heliandy, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Jurnal Destinesia: Jurnal Hospitalitas Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>
- Inasis, Gitario Vista. (2020). Lima Fakta Menarik Jam Gadang Disebut Mirip Big Ben Hingga Misteri Angka Empat. Diakses pada 5 Mei 2024 dari <https://m.kumparan.com>
- Imron, H. M. A. (2021). *Pengantar Bisnis Modern*. Desanta Publisher.
- Kota Bukittinggi dalam angka 2024. Diakses pada 5 Mei 2024 dari <https://bukittinggikota.bps.go.id/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. New Delhi: Pearson.
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid-19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkerru*, 1(1), 39-50.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

- Yoeti, O. A. (1991). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rahima, P., Suriyati, S., & Ibrahim, I. D. K. (2023). Analisis Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Pusuk Sembalun Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Target: Manajemen Bisnis*, 5(1), 117-126.
- Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 60.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p10>
- Rohimah, A., & Romadhan, M. I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Halal di Sekitar Makam Gus Dur di Jombang. *Inject (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.18326/inject.v4i1.1-14>
- Romansyah Sahabuddin. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Pustaka Taman Ilmu: Jakarta.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Pemasaran Digital: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Trenggana, A. F. M., & SE, M. (2022). *Perilaku Konsumen di Era Digital. Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Belanja Online: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146.

