

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi. Aksara.
- Awareness. (2008). *Social Media Marketing: Integrating Social Media in Your Marketing mix*.
- Bahfiarti, T. (Ed.). (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Burhan, Bungin. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi. Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Fok, D., Paap, R., & Franses, P. H. (2003). *Modeling dynamic effects of the marketing mix on market shares*. Available at SSRN 423650.
- Gainau, M. B. (2021). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- John E. Kennedy, R. Dermawan. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketings Management, Global Edition 15e*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasio, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Lestyaningrum, I. K. M., Trisiana, A., Safitri, D. A., & Pratama, A. Y. (2022). *Pendidikan Global Berbasis Teknologi Digital di Era Milenial*. Unisri Press.
- Lieb, Rebecca. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher-- how to Use. Content to Market Online and in Social Media*. Amerika Serikat: Que Publishing.
- Mamik, M. (2014). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Moleong, Lexy. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

- Priyadi, Unggul. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP YKPN hal.
- Salim, Agus. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana: Yogyakarta.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta CV.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Waluya, B. (2007). *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purna Inves.
- Winarko, Bambang. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu: Buku Panduan Praktis*. Amerta Media.

Jurnal

- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California management review*, 38(3).
- Anggoro, G. D., Dunan, A., & Karman, K. (2021). Bauran komunikasi pemasaran dalam memasarkan destinasi wisata alam saat pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 223-236.
- Asih, D., Teofilus, T., Sutrisno, T. F., & Yoana, C. (2020). The effectiveness of social media based on photo and video sharing to-wards *online* purchase intention. *Jurnal Siasat Bisnis*, 179-186.
- Astuti, L., & Buldani, K. (2016). Model Lasswell Dalam Komunikasi Pembangunan Kawasan Wisata Bengkulu. Professional: *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 3(3).
- Azman, A. (2018). Komunikasi Pemerintahan Gampong dalam Pencegahan Peredaran dan Penggunaan Narkoba. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(2).

- Daryanto, L. H., & Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of *Marketing mix* On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, 5(5).
- Febrina, L. K., Kartikowati, S., & Jahrizal, J. (2021). Effect of *marketing mix* on tourist satisfaction and loyalty in tourist area of bono Teluk Meranti Pelalawan Regency. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 27-35.
- Gorda, A. N. O. S., Prayoga, K. B. S., & Anggreswari, N. P. Y. (2021). Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Aan Secret Waterfall Berbasis Digital. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(1), 29-39.
- Hasizah. (2017). Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri di Kalangan Siswa Siswi SMA N 1 Makassar. *Skripsi Universitas Hassanudin*.
- Khairina, U. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Aceh Tengah Dalam Promosi Industri Wisata Lokal. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 35-50.
- Shoddiq, M. J. (2022). Efektifitas Promosi melalui Instagram dan Facebook terhadap Volume Penjualan. *Keizai*, 3(1), 69-80.
- Sumiyati, S., & Murdiyanto, L. (2018). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 171-180.
- Wang, X., Bendle, N. T., Mai, F., & Cotte, J. (2015). The journal of consumer research at 40: A historical analysis. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 5-18.
- Zhou, J., Amo, L., Ye, C., & Kai, S. (2018). Using reputation to predict *online* psychological counselor appointment: Evidence from a Chinese website. *SIGMIS-CPR 2018*, 107–108.

