

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Suparyanto&Rosad.2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta. Tjiptono
- .Abdullah dan Tantri.(2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha DH. 1999. Saluran Pemasaran, Yogyakarta : BPFE.
- Basu Swastha.(2009). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE
- Belch, George E, Belch. Michael A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Comunication Perpective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Farida.2013. *StrategiPromosiWisatadanBudayaPadaDinasKebudayaan*. UNY: uny.ac.id
<http://eprints.ums.ac.id/49997/2/BAB%20I.pdf>Diaksespada 04 Februari 2020 pukul 08.15
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1985. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo.
- Rahma,Abdu.2020.*Jurnal tentang promosi*. Dapat diakses pada
https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/716/jbptunikompp-gdl-mabdurahma-35767-9-unikom_m-i.pdf pada tanggal 24 januari 2020 pada pukul 10.43 WIB

Shimp, Terence A. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication 8th Edition*.Canada: Nelson Education,Ltd.

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan KomunikasiPemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Shimp,Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.

Suparman.Yuwono.2019. *Jurnal tentang virtualisasi*. Dapat diakses pada <https://docplayer.info/93411204-Bab-i-pendahuluan-1-1-latar-belakang.html> pada tanggal 27 Januari 2020 pada pukul 12.00 WIB

Oktaviani.2017. *Pemasaran Pariwisata dan Tujuan Pariwisata*. Unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/27447/5/BAB%20II.pdf> Diakses pada 12 juni 2020 pukul 08.00 WIB

Putri. 2016. *Bauran promosi dan Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi*. Unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/11765/4/BAB%20II.pdf> Diakses pada 11 juni 2020 pukul 21.00 WIB

Rasyidah. 2017. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-jenis Media Sosial*. IAINSurakarta.<http://eprints.iainsurakarta.ac.id/1085/1/FULL%20SKRIPSI.pdf>Diakses pada 19 Februari 08.00 WIB

Riadi. 2016. *Bauran Promosi*. <https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html> Diakses pada 04 Februari 2020 pukul 09.30 WIB

Stanton, W.J. 2013.*Prinsip Pemasaran*. Jilid 1.Edisi-10. Jakarta: Erlangga

Taha.2017. *Bauran Promosi dan Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi*. Unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/30165/7/BAB%202.pdf> Diakses pada 11 juni 2020 pukul 19.30 WIB

U. Asfari, B. Setiawan dan N. A. Sani (2012). Menggunakan teknologi virtual reality untuk aplikasi ruang tiga dimensi pada gedung multifungsi [Studi Kasus: Graha ITS Surabaya]. *Jurnal Teknik ITS*, 1 (1), A540-A544.

Bai, B., Hu, C., Elsworth, J., & Countryman, C. (2005). Rencana perjalanan online dan pengalaman liburan musim semi mahasiswa. *Jurnal Perjalanan dan Pemasaran Pariwisata*, 17 (2), 79-91.

Boulos, M.N.K., Hetherington, L. Dan Wheeler, S. (2007). Second Life: Sekilas tentang potensi dunia virtual 3D dalam pendidikan kedokteran dan kesehatan. *Informasi Kesehatan dan Majalah Perpustakaan*. 24 (4), 233-245. doi: 10.1111 / j.14711842.2007.00733.

