# **DAFTAR** i**PUSTAKA**

Akrom iM. i(2014). i*Analisis* i*Faktor-Faktor* i*Yang* i*Mempengaruhi* i*Kunjungan* i*Wisatawan* i*Di* i*Pantai* i*Cahaya* i*Kabupaten* i*Kendal*. iUniversitas iDipenogoro.

Alexandra iF, i& iDadang, iI. iK. i. i(2019). i*Pengantar* i*Diplomasi :* i*Sejarah,* i*Teori* i*dan* i*Studi* i*Kasus* i(U. i. iSagena i(ed.)).

Andajani, iK. i(2017). i*PENGEMBANGAN* i*INDUSTRI* i*PARIWISATA* i*DAN* i*KETAHANAN* i*EKONOMI* i*NASIONAL*.

Asep iSetiawan. i(2016). i*Teori* i*dan* i*Praktik* i*Diplomasi*. i1–3.

Asmarani, iM., iSuni, iB., i& iNugrahanigsih, iN. i(2014). iKerjasama iSosial idan iEkonomi iMalaysia-Indonesia i(Sosek iMalindo) i(Studi iKasus iPengembangan iKawasan iPariwisata idi iKabupate iSambas). i*Jurnal* i*Tesis* i*PMIS-UNTAN-PSIP*.

Asyafiq iS. i(2019). iStrategi iPertumbuhan idan iPembangunan iEkonomi iDi iEra iGlobal iBerbasis iPendidikan iEkonomi iKewarganegaraan. i*Jurnal* i*Pendidikan* i*Ilmu* i*Sosial*.

Benmetan, iT. i(2017). i*Setelah* i*Time* i*Square,* i*Wonderful* i*Indonesia* i*Kini* i*Mejeng* i*di* i*Schiphol* i*dan* i*Dubai*. ihttps://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/05/14/setelah-time-square-wonderful-indonesia-kini-mejeng-di-schipol-dan-dubai

Berridge, iG. i. i(2005). i*Diplomacy* i*Theory* i*and* i*Practice* i(3rd ied.). i iPalgrave iMacMillan.

BPS. i(n.d.). i*Badan* i*Pusat* i*Statistik*.

Chaniago, iY. i(2015). i*Inbound* i*Tour*.

Deliarnov. i(1997). i*Perkembangan* i*Pemikiran* i*Ekonomi*. iRaja iGrafindo iPerkasa.

Devy iKussanti, i& iSusilowati. i(2019). iEfektivitas iKampanye iHumas iKementerian iPariwisata iRepublik iIndonesia iMelalui i“Wonderful iIndonesia” iTerhadap iPeningkatan iKunjungan iWisatawan iMnacaanegara. i*Jurnal* i*Komunikasi* i*Dan* i*Bahasa*, i35.

Didik. i(2011). i*Aplikasi* i*Virtual* i*Tour* i*Berbasis* i*Web* i*sebagai* i*Media* i*Promosi* i*Pariwisata*.

Dinantiyah iAgustin iI. i(2020). i*Strategi* i*Public* i*Relations* i*Dalam* i*Mempromosikan* i*Wisata* i*Waduk* i*Tanjungan*. i7–8.

Fan iY. i(2008). i*Key* i*Perspectives* i*in* i*Nation* i*Image:* i*A* i*Conceptual* i*Framework* i*for* i*Nation* i*Branding*.

Fan iY. i(2012). iBranding ithe ination : iwhat iis ibeing ibranded? i*Journal* i*of* i*Vacation* i*Marketing*.

Fannel. i(1999). i*Ecotourism :* i*An* i*Introduction*.

Febrinastri. i(2018). i*Pada* i*2017,* i*Devisa* i*dari* i*Sektor* i*Pariwisata* i*Indonesia* i*Naik* i*20%*. ihttps://www.suara.com/bisnis/2018/09/24/093619/pada-2017-devisa-dari-sektor-pariwisata-indonesia-naik-20?page=all

Fisher, iRoger, iWilliam iUry, i& iBruce iPatton. i(1991). i i*Getting* i*to* i*Yes :* i*Negotiating* i*an* i*Agreement* i*without* i*Giving* i*in*. iCentury iBusiness.

Garith, iChristy, i& iHerning. i(2017). i*DIPLOMASI* i*PUBLIK* i*PEMERINTAH* i*REPUBLIK* i*INDONESIA* i*MELALUI* i*PARIWISATA* i*HALAL*.

Goodpaster, i& iGary. i(1993). i*Negosiasi* i*dan* i*Mediasi :* i*Sebuah* i*Pedoman* i*Negosiasi* i*dan* i*Penyelesaian* i*Sengketa* i*Melalui* i*Negosiasi*. iELIPS iProject.

Harjillah, iK. iA. i(2020). i*DIPLOMASI* i*DIGITAL* i*INDONESIA* i*DALAM* i*MEMPERKENALKAN* i*DESTINASI* i*PARIWISATA* i*10* i*BALI* i*BARU*. iUniversitas iMuhammadiyah iMalang.

Haryono, iS. i(2016). i*STRATEGI* i*PEMASARAN* i*WISATA* i*BAHARI* i*DENGAN* i*PENDEKATANDOT,* i*BAS* i*DAN* i*POS*.

Hermawan, iE. i(2019). iSTRATEGI iKEMENTERIAN iPARIWISATA iINDONESIA iDALAM iMENINGKATKAN iBRANDING iWISATA iHALAL. i*Jurnal* i*Ilmu* i*Manajemen* i*Dan* i*Akutansi*, i*7*, i94.

Indonesia.go. i(2019). i*Wisata* i*Indonesia* i*di* i*Mata* i*Dunia*. ihttps://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/pariwisata/wisata-indonesia-di-mata-dunia

Jaelani, iA. i(2017). i*Industri* i*wisata* i*halal* i*di* i*Indonesia:* i*Potensi* i*dan* i*prospek*.

Jinsheng i(Jason) iZhu, iAranya iSiriphon, iD. iA. i& iJ. iM. i(2021). i*Chinese* i*Tourism* i*Diplomacy:* i*A* i*Chinese–style* i*Modernity* i*review*.

Kemenpar. i(2015). i*Laporan* i*Akhir* i*Kajian* i*Pengembangan* i*Wisata* i*Syariah*.

Kementerian iPariwisata. i(2015). i*Laporan* i*Akhir* i*Kajian* i*Pengembangan* i*Wisata* i*Syariah*. iKementerian iPariwisata.

Khaeruddin, i& iHidayat iS. i(2020). iUni iEmirat iArab: iKuasa iEkonomi idi iTimur iTengah i(2002-2018). i*Jurnal* i*Chronologia*, i*2*, i1–10.

Manafi iJanri iD, iTuty iSetyorini, i& iYermias iA iAlang. i(2016). iPemasaran iPariwisata iMelalui iStrategi iPromosi iObjek iWisata iAlam, iSeni iDan iBudaya i(Studi iKasus idi iPulau iRote iNTT). i*Jurnal* i*Bisnis* i*Dan* i*Manajemen* i*Islam*, i*4*.

MasterCard; iCrescentRating. i(2015). i*Global* i*Muslim* i*Travel* i*Index* i*2015.*

MasterCard; iCrescentRating. i(2016). i*Global* i*Muslim* i*Travel* i*Index* i*2016*. iCrescentRating.

MasterCard; iCrescentRating. i(2017). i*Global* i*Muslim* i*Travel* i*Index* i*2017*. iCrescentRating.

MasterCard; iCrescentRating. i(2018). i*Global* i*Muslim* i*Travel* i*Index* i*2018*. iCrescentRating.

MasterCard; iCrescentRating. i(2019). i*Global* i*Muslim* i*Travel* i*Index* i*2019*. iCrescentRating.

Muhammad iAfdi iNizar. i(2011). iPengaruh iPariwisata iTerhadap iPertumbuhan iEkonomi idi iIndonesia. i*Jurnal* i*Kepariwisataan* i*Indonesia*, i*6*, i195–20116.

Nuraini iI. i(2017). i*Kualitas* i*Pertumbuhan* i*Ekonomi* i*Daerah* i*Kabupaten/Kota* i*Di* i*Jawa* i*Timur*. i79–93.

Nye, i& iJoseph iS. i(2004). i*Soft* i*Power:* i*The* i*Means* i*to* i*Succes* i*in* i*World* i*Politics.*

Olivia. i(2013). i*Level* i*Analisis* i*Sistem* i*dan* i*Teori* i*Hubungan* i*Internasional*.

Perwita, iA. iA. iB. i., i& iYani, iM. i(2005). i*Pengantar* i*Ilmu* i*Hubungan* i*Internasional*.

Pitana, iI. iG. iI. iK. iS. iD. i(2009). i*Pengantar* i*ilmu* i*pariwisata* i(1st ied.).

Pitana iI iGde, i& in iGayatri iPutu iG. i(2005). i*Sosiologi* i*Pariwisata*.

Puujilaksono. i(2015). i*Paradigma* i*adalah* i*satu* i*set* i*asumsi*.

Revida iE, iSherly iG, iLulu iJ, iNasrullah iS, iNurmiati iM, iHengki iM, i& iRamen iA. i(2020). i*Pengantar* i*Pariwisata* i(Simarwata iJ i(ed.)). iYayasan iKita iMenulis.

Roy iS. i(1995). i*Diplomasi*. iPT. iRaja iGrafindo iPersada.

Sendari, iA. iA. i(2022). i*Wisata* i*Halal* i*di* i*Indonesia,* i*Pengertian,* i*Konsep,* i*dan* i*Destinasinya*. ihttps://m.liputan6.com/hot/read/4907863/wisata-halal-di-indonesia-pengertian-konsep-dan-destinasinya

Soemirat, iSoleh, i& iArdianto, iE. i(2008). i*Dasar-Dasar* i*Public* i*Relations*. iPT. iRemaja iRosdakarya.

Spillane. i(1994). i*Pariwisata* i*Indonesia:* i*Siasat* i*Ekonomi* i*dan* i*Rekayasa* i*Kebudayaan*. i*5*.

Sri iRahayu, i& iResti iKristina iArianti. i(2014). i*Branding* i*Sebagai* i*Upaya* i*Meningkatkan* i*Kinerja* i*Ekspor* i*Jepang* i*Dan* i*Australia*.

Steger, i& iManfred iD. i(2002). i*Globalism:* i*The* i*New* i*Market* i*Ideology.* iRowman i& iLittlefield.

Subarkah, iA., iRachman, iB., i& iAkim. i(2020). iDestination iBranding iIndonesia isebagai iDestinasi iWisata iHalal. i*Jurnal* i*Kepariwisataan:* i*Destinasi,* i*Hospitalitas* i*Dan* i*Perjalanan*, i*4*.

Thahirah iAn iNissa iJ iA. i(2019). i*KERJASAMA* i*PARIWISATA* i*INDONESIA* i*CHINA* i*DAN* i*PENGARUHNYA* i*TERHADAP* i*PENINGKATAN* i*WISATAWAN* i*CHINA* i*KE* i*INDONESIA*.

Triesanto iRomulo iSimanjuntak. i(2020). iEFEKTIVITAS iNATION iBRANDING i“WONDERFUL iINDONESIA” iSEBAGAI iSEBUAH iSTRATEGI iDALAM iHUBUNGAN iDIPLOMASI iPEMERINTAH iINDONESIA iTAHUN i2011-2018. i*Jurnal* i*Cakrawala*.

True, i& iJacqui. i(2006). i*Globalization* i*and* i*Indentity*.

UNWTO. i(2007). i*United* i*Nations* i*World* i*Tourism* i*Organization*.

Widagdyo, iK. i(2015). iAnalisis iPasar iPariwisata iHalal idi iIndonesia. i*The* i*Journal* i*of* i*Tauhidinomics*, i73–80.

Wiratma iH. i(2017). i*Diplomasi* i*Pariwisata* i*Sebagai* i*Nation* i*Branding* i*Indonesia* i*Di* i*Tingkat* i*Global*.

Yoeti. i(1985). i*Pengantar* i*Ilmu* i*Pariwisata*.