

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A.J. Muljadi, (2009). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta. Penerbit: PT RajaGrafindo Persada
- Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arni, Muhammad. 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badriyah, M. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan 1. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty. Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers.
- Coulson, Colin and Thomas. 2002. Public Relations: Pedoman Praktis untuk PR. Jakarta: Bumi Aksara.
- Liliweri, A. (2011). *komunikasi serba ada serba makna*. Kencana Predana Media Grup.

Jurnal :

- A. N. Simamora, & M. Fatira. (2019). Keragaman Produk dalam membentuk Proses Keputusan Pembelian Generasi Milenial berbelanja secara online. Jurnal Maneksi, Vol. 8, No. 2. DOI: <https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.395>.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to- drink tea industry. International Journal of Data and Network Science, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Asmajasari & Magdalena (1997). Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran. Malang: UMM Press.
- Atmoko, T. P. (2018). Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Cavinton Hotel Yogyakarta", 83-96.
- D. P. Roy and T. B. Cornwell, "Brand Equity's Influence on Responses To Event Sponsorships," Journal of Product & Brand Management, vol. Vol. 12 No. 6, pp. pp. 377-393, 2003.

- Aprina, Y., & Yusran, R. (2020). Implementasi Peraturan Daerah Kota Bukittinggi Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Pencegahan Dan Penanggulangan Bahaya Kebakaran. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 1(4), 87–97.
<https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i4.49>
- Buantara, G. (2019). Efektivitas Unit Pelaksana Teknis Dinas Pemadam Kebakaran Jambi Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Jambi Nomor 04 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Organisasi Dan Tata Kerja Dinas Pemadam Kebakaran.
<Http://Repository.Uinjambi.Ac.Id/1921/1/SKRIPSI%20GUSRIZAL%20BUANTARA%20BOOKMARKS%20-%20gusrizal%20sh.Pdf>, 7(3), 213–221.
- Ekotrans, J. I., Kebakaran, B., Pemadam, P., & Kabupaten, K. (2022). *JIEE : Implementasi Standar Pelayanan Minimal (SPM) Penanggulangan*. 2(1), 55–65.
- Hidayat, R., & Rizqi, R. M. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Desa Wisata Rhee Loka Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus Desa Wisata Pantai Gelora). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 42–54.
- Perwirawati, E. dan J. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata sKemaritiman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pulau Banyak. *Jurnal Darma Agung*, xxvii(April), 871–883.
- Pranata Sembiring, J. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Simbolika*, 2(1), 1–22.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90.
- 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.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.629>

Website :

<https://covid19.babelprov.go.id/> diakses tanggal 13 Februari 2023.

<https://distribusipemasaran.com/> diakses tanggal 15 Februari 2023.