

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. K., Purnomo, E. P., & Hadiyati, E. (2024). Integrating Marketing Strategy: Destination Image and Digital Marketing's Impact on Tourist Interest in Banyuwangi. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 161.
- Alimudin, M., & Dharmawati, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, 6, 342–350. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689>
- Adi Wibowo, Lili dan Juni Priansa, D. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, K. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: Prenhalindo.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Wisatawan Nusantara 2023 (Domestic Tourism Statistics 2023)*.
- Bungin, B. 2017. *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Danis, P. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Efriansyah, R. (2016). TANDA DAN MAKNA DALAM SENI GAMBAR ISA PERKASA: Analisis Semiotik Barthes terhadap Seni Gambar “Seragam yang Diingatkan” Isa Perkasa. Universitas Pendidikan Indonesia. (+)
- Gojali, S.Y. 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Waduk Jatigede di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat*. Universitas Pasundan.
- Hamidi 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Pres.
- Hasani, Mj. Rizqon dan Prathama, N.A. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Pantai Sigandu di Kabupaten Batang*, RISTEK, 6 No. 2.

- Irawan, M. I., Rahmadian, A., & Puspawigati, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung ke Coban Lanang Kota Batu. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 3(2), 70–77.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Mirawati, I. 2021. Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce di Era Digital. *Medium*, 9(1): 58-80.
- Moekijat 2000. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Mulyana, D. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pendit, N.S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9, 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- St, Dr, Wisnawa, I. M., M.M, N., M.M, I., M.Sc, N., M.Par, N., M.Par, D., MM, I., M.Par, D., M.Par, I., MM, N., M.Tr.Par, I., M.Par, P., & Edukasi Indonesia, L. (2025). *PEMASARAN PARIWISATA*.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. 2005. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syahrul, C. 2023. *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Citumang*. Universitas Pasundan.
- Syafriani, O., Relifra, R., Maulana, F., Wahyuni, C., & Zulbaidah, Z. (2025). Destination Image as a Mediator between Digital Marketing, Leadership, Marketing Mix, and Tourist Satisfaction. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 5(2), 1234–1243.

- Ulandari, R. W., Ismail. (2025). Analisis Paradigma Positivisme, Kritis, Konstruktivisme Serta Penerapannya Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine*, 10(2), 20-24. (+)
- WTTC. (2025). *Global Travel & Tourism is strong despite economic headwinds*.