

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Susi Ayu. 2019. (Skripsi): *Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Pantai Sine Kabupaten Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Agustinawati dan Cindenia Puspasari. 2018. “Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe”. *Jurnal Visioner & Strategis*, Vol. 7 No. 2.
- Amir, Taufik. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini Sari, Yeni. 2009. (Skripsi): *Peran Promosi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Objek Wisata nDayu Alam Sari*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Arifin, Muhammad Rizal. 2019. (Skripsi): *Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek Tahun 2018.
- Basri. 2005. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jumanatul All-Art.
- Ferniza, Henny. 2017. “Antara Potensi dan kendala dalam Pengembangan Pariwisata di Sumatera Barat”. *Jurnal Pembangunan dan kota*, Vol. 13, No. 1.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran (Konsep dan Dasar)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gunama, Tharik dkk. 2007. *Marketing Muhammad*. Bandung: Salamadani Pustaka Semesta.
- Haqiqi, Indah. 2018. (Skripsi): *Implementasi Bauran Pemasaran Jasa di Taman Botani Sukosari Jember*. Jember: Universitas Jember.
- Henry, Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional. Jilid 1 Edisi Cetak 1*. Jakarta: Salemba Empat.

- Insan Romadhan, Mohammad dan Dewi Sri Andika Rusmana. 2017. *Potensi Media Sosial sebagai Sarana Media promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*. Prosiding Seminar dan Call For Paper Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhamadiyah Sidoarjo.
- J. Moloeng, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Kasmir. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Ketut Suwena, I dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Kho, Budi. *Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) -4P dan 7P*, diakses dari <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-marketing-mix-bauran-pemasaran-4p-dan-7p/> pada tanggal 25 April 2020 pukul 08.37 wib.
- Khotijah, Siti. 2004. *Smart Strategi Of Marketing Persainagn Pasar Global*. Bandung: Alfabeta.
- Kiswanto, Anjar Hari. 2011. (Skripsi): *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Obejek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, Sigit Dwi. 2020. *Tumpuk Mempesona*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Liga Suryadana, M. 2008. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataaan dalam Paradigma Intergratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual*. Bandung: Humaniora.
- Lupioyadi, Rambat dan A Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- M .N, Nasutuin. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Makis, Raisza. 2001. *Analisis Strategi Bauran Pemasaan terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota di Showroom PT. Johor Megah Motor Makassar*. Makassar.
- Makmur dan Saprijal. 2015. “Strategi Pemasaran dalam Mingkatka Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pangaraian”. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomi* Vol.3 No. 1.
- Manulang, M. 1990. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Muhajirin. 2018. “Pariwisata dan Tinjauan Ekonomi Syariah”. *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. Vol. 06, No. 01.

- Muhajir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nasution, S. 2012. *Metode Research: Penelitian Ilmiah Edisi 1 Cetakan 13*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pemerintah Kanupaten Trenggalek. *Letak Geografi*, dalam <https://www.trenggalekkab.go.id/menu?page=25&cat=18>. Diakses pada tanggal 06 Juni 2020, pukul 10.59 wib.
- Rahayu, Sindi Pambayuning Puji, Sapja Anantanyu, dan Mulyanto, *Partisipasi Masyarakat Kelompok Sadar Wisata dalam Pembangunan Kepariwisataaan di Kabupaten Trenggalek*. Industrial Research Workshop and National Seminar.
- Rahayu, Wini. 2012. (Skripsi): *Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjunjung pada Agro Wisata Sondokoro*. Surakarta: Universitas Sebelas.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Render dan Jay Heizer. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rika Puspita Sari, Nur. 2012. (Skripsi): *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo di Desa Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunung Kidul*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rosida, Firma. 2018. (Skripsi): *Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Sedang, Christina A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 03.
- Sefudin, Akhmad. 2014. "Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) "4P" KE "4C" (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI)". *Jurnal of Applied Business and Economics*, Vol. 1 No. 1.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sucipto, Hery & Fitria Andayani. 2014. *Wisata Syariah, Potensi, Prospek dan Tantangannya*. Jakarta Selatan: Grafindo Books Media.
- Sukidin dan Mundir. 2005. *Metode Penelitian: Membimbing dan Mengantar Anda dalam Goals Penelitian*. Surabaya: Insani Cendekia.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Swastha, Basudan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- T, Citra Anggraini dan Thyophoida W.S. Panjaitan. 2017. *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Tanzeh, Ahmad. 2006. *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya: Elkaf.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vellas, Francois dan Lionel Becherel. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis*, Tjr. Dra. Indriati Msi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Verawanti, Fingky dan Sampurno Wibowo. 2018. "Pengaruh Event Marketing terhadap Brend Image pada PT Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018". *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 4 No. 02.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wulandari, Dewi. *Prosedur Penetapan Harga*. Diakses drai <https://ilmumanajemen.wordpress.com/2008/12/13/prosedur-penetapan-harga-jual/> pada tanggal 06 Oktober 2020, pukul 20.43 wib.
- Yusuf, Muhammad dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Consept and Strategies*. Makassar: CV Sah Media.