

DAFTAR PUSTAKA

- Erna Areks, M. N. (2015). Pengaruh Penggunaan Bauran Promosi terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata Alam di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*,, Vol. 4, No. 4,.
- Alma, 3. B. (2018). *Managemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: alfabeta.
- Apriani, R. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata Goa Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Aktual STIE Trisma Negara*.
- Basir, M. (2016). peran pemerintah dalam meningkatkan Jumlah Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 35, No. 2 hal 151.
- Binahayati Rusyidi, M. F. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, , Vol. 1, No. 3, hal. 156.
- Devy, H. A. (2017). Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, . Vol. 32, No. 32, hal. 35.
- dkk, D. I. (2019). Optimalisasi Operasional Waduk Wonorejo Sebagai Waduk Serbaguna Menggunakan Program Dinamik. *Jurnal Teknologi Prasarana*, Vol. 2, No. 1, 2 hal. 57.
- dkk, P. D. (2022). Efektifitas Dana Hibah Pariwisata Bagi Industr Pariwisata di Kabupaten Bandung pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisataaan*, Vol. 21, No 2.
- Ginting, M. S. (2015). Analisis Segmentasi Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Bali dari Aspek Sosio-Ekonomi Demografi, Psikografi, dan Prilaku. *Jurnal IPTA*, Vol 02, No 04 Hal. 321.
- Hakim, L. (2010). Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional . *Amomg Makarti*, Vol. 3, No. 5, hal. 73.
- Hamdan, R. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*,. Jakarta: Salemba Empat.
- Indonesia, K. A. (2007). *Al- Qur'an Dan Terjemahannya*. Bogor: PT Syigma examedia arkanleema.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Keller, 2. K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher.

- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: aja Grafindo Persada.
- Mursid. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: bumi Aksara.
- Narendra, A. N. (2019). Kepemilikan Serta Pembentukan Modal Sosial Oleh Wisatawan Dalam Memilih House Of Sampoerna Sebagai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*, Vol. 04, No. 1, hal. 69.
- Nova Indah Sari Pasaribu, J. D. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Bukit Doa Mahawu Tomohon. *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 4,.
- Nugraha, Y. E. (2019). Analisis Pasar Wisatawan Mancanegara Pengguna Layanan Wisata Medis di Bali. *UPAR-Jurnal Pariwisata*, Vol. 2, No. 2, hal. 93.
- Nugrahaeni, N. (2021). Dampak Hibah Pariwisata terhadap Kinerja Industri Pariwisata Jawa tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, Vol, 9. No. 2.
- Nurmalina, R. (2018). *Pemasaran, Konsep dan Aplikasi*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Octavia, M. L. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Purnawati, L. (2020). Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdawis) dan pengembangan Wisata di Pantai Gemah. *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 14. No. 02. hal. 295.
- Ria Natalia Tamba, R. R. (2020). Pengaruh Pelayanan terhadap Peningkatan Wisatawan pada Taman Margasatwa Medan. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, vol. 2, No. 1,.
- S, A. d. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata di Kota Palopo. *Movere Jurnal*, Vol. 3, No. 3.
- Sahara, 3. F. (2016). Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi Pada Wisatawan Domestik di Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 35, No. 2 hal 142.
- Salim, S. d. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Satriawan, Y. A. (2018). Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *AL-INTAJ*, Vol. 4, No. 1, hal. 78.

- Setijawan, A. (2019). "Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan dalam Prespektif Sosial Ekonomi. *Jurnal Planoearth*, Vol. 3, No. 1, hal 9.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- suarto, E. (2020). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Spesial Program Studi Pendidikan Geografis STIKIP PGRI Sumatra Barat*, Vol. 4, No. 2, hal. 51.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta,.
- Suharjono, E. (2006). *Teori Peran Konsep, Derivasi, dan Implikasinya*. Jakarta: Gramedia.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya.
- Sukmayadi. (2019). Kebijakan Penetapan Harga pada PT. Atrindo Asia Global Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 10, No. 2, hal. 106.
- Sukorjo, B. S. (2014). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sustina. (2009). *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Rosyidakarya.
- Taufik, M. M. (Surabaya). *Pengembangan Potensi Wisata Alam Kabupaten Tulungagung dengan Sistem Informasi Geografis*. 2019: Program Studi Teknik Geomatika ITS.
- Tengku Putri Lindung Bulan, M. L. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 8, No. 3,.
- Tjiptino, F. (1999). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset,.
- Tjipyono, F. (2015). , *Stategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wibowati, J. I. (2018). "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Muarakati Baru Satu Palembang. *Skripsi ida Diterbitkan*, hal 54.
- Yasa, G. y. (2017). Pengaruh Jumlah Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan, dan tingkat hunian hotel, terdapat pendapatan asli daerah dan kesejahteraanMaSyarakat Pada Kabaupaten/Kota di Provinsi Bali. *Bali: Jurnal Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 7, hal 1338.