

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, M., Utari, W., & Nugroho, M. W. 2020. *Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara*. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804-818.
- Agustin, Hamdi. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok Rajawali Press.
- Agustinawati, A., & Puspasari, C. 2018. Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7 (2).
- Alimudin, A., & Dharmawati, D. M. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari*. *Journal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(2), 342-350.
- Amalia, Suri. 2020. *Pengaruh Akses/Keterjangkauan dan Keamanan/Kenyamanan terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Hutan Mangrove Kota Langsa*. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 4(1), 31-40.
- Amirudin., & Asikin, Zainal. (2012). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta. Rajawali Pres.
- Andiono, Sumar'in., & Yuliansyah. 2017. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(1), 2017.
- Anggraeni, Adhe. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan batu Bata Berdasarkan Analisis SWOT*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Santa Dharma.
- Angipura, Marius P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. PT Grafindo Persada.
- Arianti, B. F. 2020. *Pengaruh Pendapatan dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13-36.
- Arifin, Imron. (1994). *Penelitian Kualitatif dalam Bidang Ilmu-Ilmu Sosial dan Keagamaan*. Malang. Kalimasahada Press.
- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Azwar, Saifudin. (2002). *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. Hal 05.
- Bahiyah, Choridotul., & Hidayat, Wahyu. R., & Sudarti. 2018. Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2 (1) 2018.
- Bambang, Supriadi., & Nanny, Roenjinandari. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Batilmurik, Rodolof W., & Lao, Hans A. 2016. *Pengembangan Model ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten*

- Kupang Nusa Tenggara Timur. Jurnal Penelitian dan Manajemen Terapan, 1(1).*
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta. Erlangga.
- Budiman, Yunia, N., & Sabila, B. B. 2022. *Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kerudung Instan Rabbani di Rangkasbitung Lebak. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(1), 89-106.*
- Elkasyaf, E., & Hartati, N. 2021. *Pengaruh Literasi Produk Halal dan Daya Tarik Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung. Journal of Islamic Economics and Business, 1(2), 61-75.*
- Fathurrochman, I., Dkk. 2021. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musiwaras. Jurnal Islamic Educational Management, 6(1), 1-12.*
- Fatriansyah, A. I. A. 2020. *Kajian Penelitian Tentang Hukum Jual Beli Kredit. Suhuf, 32(1), 50-58.*
- Gitosudarmo, Indriyo. (2008). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta.
- Hanadya, Dwi. 2022. *Pengaruh Pelayanan Petugas Pariwisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hutan Wisata Punti Kayu. Jurnal Pariwisata Darussalam, 1(2), 55-63.*
- Hariyani Tuwis. 2021. *Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri. Jurnal Ekuivalensi, 7(1), 147-164.*
- Hasanah I., Rahman A., & Burhan, D. 2022. *Perencanaan Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Melalui Pendekatan Marketing Mix dalam Mengembangkan Wisata Cakra Suramadu. Jurnal Pariwisata Indonesia, 18(2), 53-63.*
- Hashim, N & Hamzah, N.I. 2014. *7P's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix. Procedia Social and Behaviour Science 130, 155-159.*
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. i., & Ekasari, R. 2021. *Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung pada Wisata Wega Lamongan. Jurnal Ecopreneur, 4(2), 122-131.*
- Irfani, Dkk. 2020. *Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. JCES: Journal of Character Education Society, 3(3), 651-659.*
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta. Gerbang Media Aksara
- Ismail Muhammad. 2020. *Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. Jurnal Inovasi Kebijakan: Matra Pembaruan, 4(1), 59-69.*

- Istanti, Enny., Kusumo, B., & Noviandari, I. 2020. *Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang Pada Penjualan Produk Gamis Afifathin. Ekonomika*, 8(1), 1-10.
- Itamar, Hugo., & Samsu, A. A., & Rahmatullah. 2014. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7 (2) 2014.
- Jasman., & Agustin, Rini. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional). Khozanah*, 1 (1), 65-95
- Kitchen, Philip J., & Inga Burgmann. 2015. "Integrated Marketing Communication: Making It Work at a Strategic Level." *Journal of Business Strategy*, 36(4), 34–39.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip., & Bakowatun, Terj Willhelmus W. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Intermedia
- Lestari, D., Masruchin., & Latifah, F. N. 2022. *Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM Franchise Pentol Kabul dalam Meningkatkan Pendapatan. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5 (1), 216-229.
- Maharai, Tri Astuti., & Any, Ariani Noor. 2016. *Daya Tarik Morotai Sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Bahari. Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(1).
- Mahardika, Rahardi. 2020. *Strategi Pemasaran Wisata Halal. Jurnal Hukum Islam Mutawasith*, 3(1), 65-86.
- Mandagi, D. W. 2023. *Pemasaran Media Sosial, Gestalt merk dan Loyalitas Pelanggan: Studi Empiris Pada Tomohon International Flower Festival. Jurnal Manajemen Dewantara*, 7(1), 32-45.
- Marzuki, Ismail., & Ramdaniah, Fatih. 2019. *Strategi Pemasaran Pedagang Sembako dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam. Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6 (5), 54-64.
- Maulida Y. A., & Habiurrahman. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Keripik Sumber Rezeki). Sibatik Journal*, 1(4), 303-314.
- Melina, F., & Saputra, E. H. 2022. *Tinjauan Fiqih Muamalah Kontemporer tentang Badan Perantara (Samsarah) dan Jual Beli Lelang (Bay Al-Muzayyadah). Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 98-109.

- Menuh, N. N., & Widianari, N. W. 2021. *Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Hunian Kamar Pada Sense Sunset Seminyak Hotel. Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 3(2), 69-73.
- Miles, Matthew B., & Huberman, A. Michael. (2009). *Qualitative data Analysis (Analisis Data Kualitatif)* terj. Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta. UI-Press.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. 2020. *Digitalisasi Destinasi Sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata Di Kabupaten Magelang. Jurnal Ikatan Komunikasi Indonesia*, 3(2), 75-84.
- Muljono, Djoko. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta. TP.
- Munirah, L., & Ismail, H. N. 2012. *Muslim Tourist's Typologi In Malaysia: Perspectives and Challenges. Proceedings of The Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia: Departement of Urban and Regional Planning. Faculty of Built Environment.
- Novitanintyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. 2020. *Strategi Pemasaran Desa Brajan Menuju Desa Wisata Mandiri. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 591-601.
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah. Jurnal Khatulistiwa: Journal of Islamic Studies*, 4 (1), 85-92.
- Nurrachmi, I., & Setiawan. 2020. *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 126-137.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. 2019. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok Kabupaten Klaten. Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno B. 2021. *Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupate Majalengkah Tahun 2019). JANITRA (Jurnal Administrasi Pemerintahan)*, 1(1), 11-22.
- Prambayun, A., Oktaviany, D., & Achmad, Y. F. 2022. *Analisis Potensi Virtual Reality sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Pagar Alam. Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 9 (3), 2641-2651.
- Pudjaningrum, P. A. A., Dkk. 2022. *Rumusan Program Mmbership, Poin Rewards dan Email Marketing untuk Mmeningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Semanis Kamu Cafe. Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 21-30.
- Pujiati, Naning. 2020. *Pengaruh Fluktuatif Harga Barang Pokok dan Non Pokok Terhadap Permintaan dan Penawaran. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(2), 116-127

- Purbowo, Dkk. 2023. *Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Jurnal Tax and Finance*, 1(1), 1-10.
- Putri, Yulin Hardima. 2020. *Strategi Pemasaran Objek Pariwisata Kota Surakarta Melalui Aplikasi Solo Destination*. Skripsi. Surakarta. IAIN Surakarta.
- Puspaningtyas, Dkk. 2022. *Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna di Desa Hanura dalam Memasarkan Wisata Pasar Sabin*. *Community Development Journal*, 3(1), 320-323.
- Putri, M.A., & Oktafia, Renny. 2021. *Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo*. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4 (2), 431-444.
- R., S. Soemarso. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta. Salemba Empat. Hal 54.
- Rahmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Rahmawati, N. F., Toana, R. D. A., & Sofyan, M. 2021. *Customer Relationship Marketing di Ramayana Departement Store Pada Masa Pandemic Covid-19*. *e-jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 372-378.
- Rahmi, N. 2017. *Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 577-589.
- Retnasary, Dkk. 2019. *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Pariwisata*. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83.
- Sabir, K., Semaun, S., & Hastuty, A. 2020. *Peran Kerjasama Antara Travel An-nur Maarif Parepare dan Bank Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah*. *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah: Banco*, 2(2), 24-42.
- Saleh , M., & Kamaruzzaman., & Desky, Harjoni. 2022. *Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal Di Bumi Syariah*. Owner: Riset & *Jurnal Akuntansi*, 6 (2), 1221-1238.
- Santoso Rudi & Fianto, A. y. 2020. *Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur*. *Jurnal Ekono dan Manajemen Kinerja*, 17(1), 69-79.
- Saptadi, J. D., Arianto, M. E., & Rifai, M. 2022. *Studi Sarana Prasarana Keselamatan dan Keamanan Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Parangtritis dan Pantai Baron 2021*. *Jurnal Forum Ilmiah Kesmas Pati*, 7(2), 132-147.
- Saputra, T. A., Kunaifi, A., & Azizah, S. 2021. *Diversifikasi Prduk Pendekatan Islamic Ethic dalam Meningkatkan Omset Bisnis Retail*. *Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 1-16.
- Setiawan, F., & Halimah, N. 2018. *Optimalisasi Kesenian Tradisional Bernuansa Islami Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Syariah Di Madura*. *Jurnal Ekonomi dan keuangan Islam*, 5 (1), 32-45.

- Siagian, Sondang. (1986). *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta. PT Gunung Agung
- Sihana, Dkk. 2022. *Pengembangan Wisata Olahraga Berbasis Camping untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Desa Pela*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 1342-1401.
- Soemarno, S.R (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta. Salemba Empat
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- Sukirno, Sadono. (2006). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta. Raja Grafindo.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta. Salemba Empat.
- Tanzeh, Ahmad., & Suyitno. (2006). *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya. Elkaif.
- Tarodinata, F., & Briandana, R. 2021. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Banten Terhadap Kek Tanjung Lesung dalam Meningkatkan Kembali Kunungan Wisatawan Pasca Tsunami 2018. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10 (2), 114-130.
- Umar, Husein. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama .
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan Edisi 4*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Widyarini. 2020. *Pemasaran Wisata Halal Di Indonesia Pasca Covid-19*. *Az-Zarqa*. 12 (01), 207-235.
- Wikipedia, “Kabupaten Tulungagung” dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/KabupatenTulungagung> diakses pada tanggal 22 Agustus 2020.
- Wulandari, S. H., Chotijah, S., & Suadnya, I. W. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Pasca Gempa Lombok 2018*. *Journal of Media and Communication Science*, 2(3), 158-167.
- Yudityawati, D.K., & Fitriyah, Hadiah. 2022. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Syariah*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8 (1), 42-48.
- Zunaidi, Arif & Rahmah, R. 2021. *Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Kolam Pancing” Cak Rul Fishing” dalam Perspektif Marketing 4.0*. *Al-Maqbarah: Jurnal of Management and Sharia Business*, 1(2), 130-145.