

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Herwandi, Komunikasi Pemasaran (Jakarta : Erlangga, 2012), hlm. 33.
- Albab Ulul Tajul Mafakhim, “Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung Wisata di Tulungagung”, (Tulungagung: Skripsi Program Strata 1, UIN SATU Tulungagung, 2018), hlm. 1.
- Alma Buchari & Priansa Juni Donni, Manajemen Bisnis Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 231.
- Aprilia Fitri, & Kumadji Srikandi, dkk, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.24, No. 1, 2015, hlm. 2.
- Arum Rifda, “Pengertian Distribusi: Jenis, Saluran, Tujuan, Fungsi, Faktor Pengaruh, dan Strategi” dalam <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-distribusi/>. Diakses 15 Maret 2023.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: RajawaliPers, 2015), hlm. 268.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Dasar, Konsep, Strategi), (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 168-169.
- BPS Kabupaten Tulungagung, <http://tulungagungkab.bps.go.id> diakses pada 17 November 2023
- BPS Kabupaten Tulungagung, Kecamatan Sendang Dalam Angka Sendang Sub Regency in Figure 2018, (Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung, 2018), hlm. 3.
- Dewi Janita Ike, S.E., M.B.A., Ph. D., “Pemasaran Pariwisata” (Tangerang Selatan : Manajaemen Pemasaran Pariwisata, 2014) , hlm. 123.

- Ginting Hartimbul Nembah F., *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 293.
- Google Image, <https://images.app.goo.gl/fyqhTMho3QrrTS5x7> diakses pada 17 November 2023
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2005), hlm. 91.
- Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta), hlm. 48.
- Idrus Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm. 61.
- Jauhar Heri, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: CV. PustakaSetia, 2010) hlm. 48.
- Joseph Thomas, *Apps The Spirit Of Digital Marketing 3.0*, (Elek Media Komputindo, 2011), hlm. 103.
- Juandi Marta, “Strategi Pemasaran Digital Melalui Social media Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Di Kelurahan Tuah Karya Menurut Ekonomi Syariah”, Pekan Baru : Skripsi Program Strata 1, “UIN Sultan Syarif Kasim Baru”, 2021, hlm. 1.
- K.Wertime, & Fenwick, “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, (Jakarta: Binus Bussiness Review, 2011), hlm. 33.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, ed. 1 .Cet 2, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 61-64.
- Kotler Philip & Amstrong Gary, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers. 2011), hlm. 62.
- Kotler Philip & Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 59.
- Krisana Novian, “ *Strategi Digital Marketing dalam hal Promosi untuk Meningkatkan Penjualan*”, (Skripsi S1 Fakultas ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, 2013), hlm. 24.

- Laporan Akhir Analisis dan Evaluasi Hukum Dalam Rangka Pembangunan Industri Wisata Bahari, (KEMENKUPHAM : 2021), hlm. 79
- M. Dayat, “*Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan*”, Jurnal Mu’allim, Vol. 1, No. 2, 2019, hlm. 301.
- Maleong J Lexy., *Metode Penelitian dan Kualitatif*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2012), hlm. 248.
- Mappier Andi, Psikologi Remaja, (Surabaya: Usaha Nasaional, 1982), hlm. 62.
- Mardani, Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 87.
- Mardiastuti Aditya, "Strategi Produk: Jenis, Tujuan, dan Cara Membuatnya" dalam <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6300150/strategi-produk-jenis-tujuan-dan-cara-membuatnya> Diakses pada 1 Februari 2024.
- Meyliana, Jurnal “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, (Jakarta: Binus Bussiness Review, 2011), hlm. 31.
- Milley Coviello & Barbara Marcolin, “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, (Jakarta: Binus Bussiness Review, 2011), hlm. 32.
- Muhsin Maulidiya Rizki Dian & Sunarti, Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 55, No. 1, 2018, hlm. 198.
- Musyawah Yanti Irdha & Idayanti Desi, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju, *Jurnal Ilmiah*, Vol.1, No. 1, 2022, hlm. 2.
- Pemerintah Desa Tugu, Wisata Tugu Park, 2023, <http://desatugu.tulungagungdaring.id>.

- Pemerintah Desa Tugu, Wisata Tugu Park, 2023, <http://desatugu.tulungagungdaring.id>
- Rangkuti Freddy, Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 27.
- Rauf Abdul & Manulang Orba Sardjana, dkk, Digitl Marketing : Konsep dan Strategi, Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati Anggota IKAPI, 2021, hlm. 4.
- Robert Dollan. & Pricing Power: How Managing Price Transform The Bottom Line, (Free Press: 1996), hlm. 12.
- Rolnicki E Tom, *Pengantar Dasar Jurnalisme*, (Penda Media Grup: Rawamangun Jakarta dialih bahasakan oleh Tri Wibowo. 2008), hlm. 40.
- Salamah & Sangkot. *Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji Umrah)*. BS thesis. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017. hlm. 5.
- Saleh Yusuf Muhammad & Said Miah, *Konsep Dan Strategi Pemasaran, Sah Media* (Makasar: CV SAH MEDIA, 2019), hlm. 163.
- Sammeng, Cakrawala Pariwisata, (Jakarta: 2000), hal. 27.
- Sanjaya Ridwan & Joshua, *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan berdaya hasil gemilang* (PT. Alex Media Komputindo: Jakarta, 2009), hlm. 47.
- Selang & Christian AD. "Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3, 2013, hlm. 12.
- Simamora Bilsoni, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 31.
- Siyoto Sandu & Sodik Ali, *Dasar Metodologi penelitian*, (Seleman:

Literasi MediaPublishing, 2015) hlm. 67-68.

- Soedarso & Nurif Muchammad dkk, “Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan Pendekatan Marketing *Places*”, *Jurnal Sosial Humanoria*, Vol 7, No.2, (November), hlm. 138.
- Soekadijo, Anatomi pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai System Lingkage.(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 224.
- Stainer George & Milner John, *Manajemen Strategic*, (Jakarta: Erlangga 1982), hlm. 15.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitati dan R & D*, (Bandung: Alfabeta,2008), hlm. 270- 271.
- Sukardi Ketut Dewa,Bimbingan Karir sekolah Menengah, (Jakarta: Asdi Mahastya, 1994), hlm. 83.
- Sukirno Sadono dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prendada Media, 2004), hlm. 209.
- Sulianta Feri & Juju Dominikus, *Data Mining Meramalkan Bisnis Perusahaan*, Jakarta: Elex Media Komputindo. 2021, hlm 22.
- Suprayogo Imam & Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2001), hlm. 162.
- Suryabrata Sumadi, Psikologi Kepribadian, (Rajawali Pers, 2006),hlm. 109.
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1995), hlm 163.
- Tulus & Chritina, Analisa Minat Pengunjung Untuk Kembali Ke Kebun Binatang Surabaya Terkait Dengan Penilaian Mereka terhadap Kunjungan Sebelumnya, (Skripsi Dipublikasikan. Surabaya: progam Manajemen Kepariwisataaan, fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya. <http://www.digilib.petra.co.id>, 2007), hlm. 10.
- Undang-undang (UU) Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan

- (pasal 1 ayat 1), Jakarta: Pariwisata dan Kebudayaan, hlm. 1.
- Website BPS Tulungaung
<https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2023/10/10/5374/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kabupaten-tulungagung-2015-2022.html> diakses pada 22 oktober 2023.
- Winarto, Hari. "Strategi pemasaran." Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto 14.3 (2011): hlm. 23137.
- Yoeti, Tourdan Travel Marketing, (Jakarta: PT. Pradnya Pramita, 2006), hlm. 56.