

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press, 2021.
- Ardi, Nur Fidyah, and Kristiana Widiawati. "Strategi Pemasaran Paket Wisata PT Solusi Vidi Globalindo Kota Bekasi" 9, no. 3 (2024): 287–96.
- Arina, Muntazah. "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19." *Akrab Juara* 5, no. November (2016): 1–23.
- Asyabilly, Lalu Muhammad, Isdar Wahim, and Komang Mahawira. "Peran Digital Di Pesilak Tour & Travel Di Era Globalisasi" 5, no. 2 (2024): 897–901.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2007.
- Chayati, Cory, Rachman Upe, and Abbas Thaha. "Analisis Optimasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour Dan Travel Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada PT Hijrah Madani Istiqomah Tour) | Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis" 4, no. 1 (2023): 44–56. <https://jurnal.stieganessa.ac.id/index.php/ekmabis/article/view/85>.
- Deiss, Ryan, and Russ Henneberry. *Digital Marketing For Dummies*. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017.
- Dentiyana, Titta Putri, and Andis Febrian. "Analisis Strategi Pemasaran Paket Wisata Dalam Menarik Minat Konsumen (Studi Kasus Biro Bonita Umroh Tour and Travel)," 2024.
- Ellis-Chadwick, Dave Chaffey & Fiona. *Digital Marketing*. 7th ed. Harlow: Pearson Education, 2019.
- Enge, Eric, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola, and Rand Fishkin. *The Art of SEO*:

- Mastering Search Engine Optimization*. 3rd ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2015.
- Harmadji, Dwi Ekasari, Sonya Sidjabat, Nur Ika Effendi, Dedi Mardianto, Yodi Pratama, Delila Fitri Harahab, Ristianawati Dwi Utami, et al. (*KONSEP DASAR*), n.d.
- Insani, Avril Noer Utami. “Analisis Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah Di Gaido Travel & Tours Serang Banten.” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024.
- Jagaddhita, Muhammad Geraldi. “Strategi Pemasaran Berbasis Digital Di Rex Tour Bandung,” 2023.
- Jones, Damian Ryan dan Calvin. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. London: Kogan Page, 2009.
- Kartajaya, Hermawan. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*,. Jakarta: Gramedia, 2016.
- Kaushik, and Avinash. *Web Analytics 2.0*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing, 2010.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-1. Jakarta: Erlangga, 2009. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.
- Kingsnorth, and Simon. *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page, 2019.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2021.
- Levy, and Jaime. *UX Strategy: How to Devise Innovative Digital Products That People Want*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2015.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset-Bandung, 2014. *METODOLOGI PENELITIAN*

- KUALITATIF EDISI REVISI*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset-Bandung, 2014.
- Faizal Hamzah. “Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media *Online* Pada Belitung Cantik Tour and Travel” 6, no. 2 (2024): 76–86.
- Pratama, Aris. “Strategi Pemasaran Bisnis Travel Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 91, no. 5 (2017): 1–15.
- Prawita Sari, Ade, I Made Kusuma Negara, and I Wayan Suardana. “Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media *Online* Di Truly Asia Tour and Travel.” *Jurnal IPTA* 4, no. 1 (2016): 74
<https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p13>.
- Pulizzi, and Joe. *Epic Content Marketing*. New York: McGraw-Hill Education, 2013.
- Rangkuti, Freddy. *Digital Marketing: Strategi Praktis Meningkatkan Penjualan Dengan E-Marketing*. Jakarta: G., 2020.
- Riyanto, Andi Dwi. “Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2025.” andi.link, 2025. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>.
- Rizqi, Ghulam. “Penggunaan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah Pada PT Sahid Gema Wisata Tour.” Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2025.
- Saladin, Djaslim. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sanjaya, Paulus. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Saputra, Bagas Tegar, and Dorothea Wahyu Ariani. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Agen Perjalanan Atmaja Tour Bantul.” *Jurnal Pengabdian* 2 (2024): 1–12.
- Siti Rizky Amanda. “Strategi Pemasaran Digital Marketing Untuk Meningkatkan

- Jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok.” *Journal of Mandalika Review* 1, no. 1 (2022): 18–22. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.4>.
- Subkhiyyah, Arifah. “Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Perjalanan Di Sunan Tour and Travel Sragen.” *Uin Walisongo Semarang*. UIN Walisongo Semarang, 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: ALFABETA, 2014.
- Supardi, Endang Sri Wahyuni, and H. Lalu Ratmaja. “Inovasi Sistem Digital Pemasaran Produk Travel Agents.” *Journal of Mandalika Review* 1, no. 1 (2022): 10–17. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.3>.
- Suyanto, Nasdhi dan. *Digital Marketing: Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital*. Yogyakarta., 2020.
- Syah, Rifaldo Apriliyan, and Hery B Cahyono. “Strategi Pemasaran Diva Tour Dalam Menghadapi Online Travel Agent,” 2020, 1–9. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/5294>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Vanni, Kartika Marella, and Viki Safirotu Nadan. “Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 3, no. 2 (2023): 237–48. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>.
- Yoeti, and Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 2008.