

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, V. D., & Yuliati. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PADA OBJEK WISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Objek Wisata Air Terjun Curug 9, Desa Tanah Hitam Kecamatan Padang Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara). *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 5(1).
- Andreas A., D. (2016). Peranan Humas Dalam Perusahaan. In *Graha Ilmu* (1st ed.). Graha ilmu.
- Bungin, B. (2015). *Buku Komunikasi Pariwisata* (1st ed.). Kencana.
- Dr.H. Abdussamad. Z, S. I. K. , M. Si. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV Syakir Media Press.
- Fakhrudin, Arif., Maria Valeria Roellyanti., A. (2022). *Bauran pemasaran*. Deepublish.
- Farina, A. P., & Ratnasari, A. (2024). Bauran Promosi Wisata Edukatif Kebun Binatang di Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 4(1),
- Gumylang, R. A., & Thambrin, M. (2021). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Dan Jumlah Reseller Di Desa Kamal (Studi Kasus Pada PT. QUEEN ICE Di Bangkalan Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1).
- Hikmah, M. R. (2019). *PERANCANGAN EVENT PAYANGAN CULTURE FESTIVAL PANTAI PAYANGAN KABUPATEN JEMBER*.
- Irfandani, M. T., & Suranto, S. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA WISATA ALAM POSONG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN*.
- Khilmiyah, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Samudra Biru.
- Kotler, P. dan K. (2016). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT* (6th ed.). Pearson Education.
- Librina, T., Putri, M. A., Setiawan, M. M., Dwika, L., Putri, M., Ak, H. M., & Salis, S. H. (n.d.). *Marketing Management Penerbit Cv. Eureka Media Aksara*.
- Muhammad, O. :, Irfandani, T., Studi, P., Komunikasi, I., & Sosial, I. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA WISATA ALAM POSONG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN*

- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*.
- Murdiyanto, L. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI SUWUK KABUPATEN KEBUMEN: Vol. Direview*.
- Prastiani, Novita., Pratiwi, R. Z. B. (2020). *Promosi dan Pemasaran Pariwisata Objek Wisata Tirta Sinongko Dalam Upaya Menarik Wisatawan*.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM SITU GEDE KOTA TASIKMALAYA. In *Jurnal Komunikasi Global* (Vol. 8, Issue 1).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Putu Lia Kharisma Wirayanti, L. (2024). Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa.Co. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 282–288. <https://doi.org/10.36985/z2dbsg18>
- Rahman, A. R., & Fajri, C. (2023). *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan*
- Rahmantya, Y. E. K. (2024). *Strategi Pemasaran & Perilaku konsumen* (9th ed., Vol. 14, Issue 5). Salemba Empat.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sabardi, A. et al. (2015). *Bisnis Pengantar* (M. S. Dr. Harsono (ed.)). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Santriadi, B. . e. all. (2015). *Peran Periklanan Dalam Usaha Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Produk PT Indofood Sukses Makmur Tbk Jakarta Pusat*.
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indoneisa Soebagyo. *Jurnal Liquidity*, 1(2).
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Muhammadiyah University Press. *Jurnal Liquidity*, 1(2).
- Utomo, A. W. (2022). *Perkembangan Media Internet Sebagai Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pasar Karetan Radja Pendopo Camp di Boja Kabupaten Kendal*.