

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. (2021). Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan. *Etheses.Iainponorogo.Ac.Id*, 5–24.
- Alfina, D. (2021). *Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negri Tulungagung.
- American Marketing Association. (2017). *Definition of Marketing Research*. Ama.Org. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson Education.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Edisi ke-4. California: SAGE Publications, 2014.

- Fill, C. (2006). *Marketing Communications: Engagements, Strategies and Practice* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Guba, Egon G., dan Yvonna S. Lincoln. "Competing Paradigms in Qualitative Research." Dalam *Handbook of Qualitative Research*, disunting oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, 105–117. California: Sage Publications, 1994.
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repository.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repository.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Komunikasi_Bisnis_(ABKA_3208-2_SKS).pdf?sequence=1)
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). *Komunikasi massa. KOMUNIKASI MASSA. November*, 100.
- Haekal, M. (2022). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI UNIT PENGELOLA MUSEUM KESEJARAHAN JAKARTA DALAM MASA PANDEMI COVID-19 Skripsi. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67559%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/67559/1/MUHAMMAD_HAEKAL-FDK.pdf
- Isman, Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing*, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat

Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30–36.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.

“Data Museum Indonesia.” Diakses 8 Juni 2025.

<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/kebudayaan/museum>.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 2).

Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, Inc.

Lewis, E. St. Elmo. (1903). *Financial Advertising: For Commercial and Savings Banks, Trust, Title Insurance, and Safe Deposit Companies, Investment Houses*. New York: The Ronald Press.

Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan media sosial instagram oleh akun @tamanwisatagenilagit sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata geni langit*. 1–72.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.

Museum Negeri Sonobudoyo. (n.d.). <https://www.sonobudoyo.com/>

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.

Nasution, Abdul Fattah, M. P. (2023). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).

Nasution, Abdul Fattah. *Metodologi Penelitian: Panduan Praktis Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media, 2023.

Nugroho, Catur, S.sos., M. I. K. (2020). *cyber society*. kencana.

Nugroho, Catur. *Strategi Digital Marketing: Pemasaran di Era Digital Berbasis Media Sosial*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Pambudi, B. S. (2022). *Strategic planning promosi pariwisata Museum DPR di era digital* (Skripsi, Universitas AMPTA Yogyakarta).

Pandangan Jogja. (2021, Agustus 11). *Museum sebagai destinasi utama Jogja, kapan?* Kumparan. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/museum-sebagai-destinasi-utama-jogja-kapan>

Pangesti, Y. Y. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Anak dalam Pembentukan Karakter Sopan Santun Di Sekolah Dasar. *Skripsi*, 9.

Pham, P. H., & Gammoh, B. S. (2015). Characteristics of social-media marketing strategy and Of, customer-based brand equity outcomes: a conceptual model. *International Journal*, 321–337.

Pradikta, A. (2013). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo

Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)
Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4).

Ramadhan, B. (2020, February 13). *We Are Social Indonesia*. Datareportal.Com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Ramadhan, M. (2020). *Digital marketing: Strategi pemasaran di era digital*.
Yogyakarta: Deepublish.

Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN Kediri Press.

Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The Influence Of *Social Media Marketing* And Online Consumer Behavior In The City Of Subang On The Brand Story Of The Instant Messenger Line Application. *Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)*, 16(2).

Sanjaya, A. S. (2021). Pengaruh Dimensi *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272–278.

Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–89.

- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Sitoyo, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wibowo, Lili Adi. *Digital Marketing dan E-Commerce*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Zulvikar, A. B., Surabaya, U. N., Assyadillah, U. F., Surabaya, U. N., Maulanah, F., Surabaya, U. N., Aditya, B., & Surabaya, U. N. (2023). *Pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi*. December, 0–6.