

DAFTAR PUSTAKA

- A. Pratama, dan D. Sari. "Strategi Digital Marketing melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8 (2021): 89–99.
- Aldan Nur Zen, Muhammad, dan Andri Sahata Sitanggang. "Analisis Dampak Sosial Media Dalam Pengembangan Sistem Informasi." *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia* 3, no. 7 (2023): 671–82.
<https://doi.org/10.59141/cerdika.v3i7.647>.
- Alfajri, Muhamad Fitra, Viranda Adhiazni, dan Qurrotul Aini. "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34.
<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.
- Andiaresmi, Putrityatami, dan Rudy Pramono. "Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor." *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin* 3, no. 4 (2023): 373–81.
<https://doi.org/10.37329/metta.v3i4.2817>.
- Anggit Pamungkas, Umi Halwati. "Tantangan dakwah melalui media sosial di era media baru." *ARKANA, Jurnal Komunikasi dan Media* 02 (2023): 146–58.
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>.
- Ardiansyah, Yozi, dan Ratnawili. "Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah." *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* 2 (2021): 129–37.
- ARNO, R, dan W SUARDY. "Tinjauan Atas Komunikasi Pemasaran Pada Pt. Sanprima Sentosa Bogor." *Researchgate.Net*, no. February (2019).
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14243.71202>.
- Arpan, Yunada. "Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat)." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7, no. 1 (2023): 561.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1075>.
- Aulia, H, Z Mu'arrif, dan E Sumanti. "Perbandingan Model Promosi pada Platform Facebook, Instagram, dan Tiktok terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan model AISAS." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (2024): 1414–33. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1818>.
- Azzahra, Maharani. "Strategi komunikasi d ' kandang amazing farm dalam mempertahankan nilai revisit intention wisatawan Nivedana : Journal of Communication and Language Nivedana : Journal of Communication and Language" 6, no. 1 (2025): 118–32.

- Bastian, Vany Fadillah, Zuhri M Nawawi, Universitas Islam, dan Negeri Sumatera. "Issn : 3025-9495" 17, no. 12 (2025).
- Boateng, Richard, Joseph Budu, dan Alfred Sekyere Mbrokoh. "Development Implications of Digital Economies Digital Enterprises in Africa :"
Centre for Development Informatics, no. 2 (2017): undefined-undefined.
<https://www.mendeley.com/catalogue/7dc37232-f2f7-37de-841f-5a8b4e318e1d/>.
- Carolina, Thabita, dan Melan Susanti. "Eksplorasi Narasi Digital Dalam Promosi Batik Lampung Melalui Media Sosial : Analisis Konten Instagram." *Journal Media Public Relations Volume 5*, no. 1 (2025): 138–50.
<http://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/view/10365%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/pses/article/download/10365/4131>.
- Dewi, R.R.V.K., et al. *Dewi, R.R.V.K., et al. (2025). Pemasaran Destinasi Pariwisata. Google Books*. Diedit oleh Joni Mardianto. M.Par SS. Padang: Azzia Karya Bersama, 2025.
https://books.google.co.id/books?hl=id&id=nf9iEQAAQBAJ&pg=PA93&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.
- Dewi, Kemala, I Gusti Kade Heryadi Angligan, dan I Made Ngurah Oka Mahardika. "Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media Pemasaran." *Waisya : Jurnal Ekonomi Hindu 2*, no. 1 (2023): 1–11. <https://doi.org/10.53977/jw.v2i1.923>.
- "Digital Marketing: A Review Dr. Poonam Madan Associate Professor Head, Deptt. of Marketing Management Faculty of commerce I.B. (PG) College, Panipat" 11, no. 09 (2020): 1–6.
- Dole, V.S. "Understanding the Limitations of Digital Marketing." *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal 10*, no. 2 (2020): 222–26. www.viirj.org.
- Frederick, Boyke, dan Arie Krisna Maharani. "Eksistensi Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora 6*, no. 2 (2021): 75–83. <https://jurnal-lp2m.um naw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/986>.
- Fuady, Ahmad Helmy. "Teknologi Digital dan Ketimpangan Ekonomi di Indonesia." *Masyarakat Indonesia Majalah Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia 4*, no. 1 (2018): 75–88.
- Hanifah, Hani Siti. "Peran Digital Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Garut : Store Atmosfer Variabel Moderating." *Jurnal Algoritma 18*, no. 2 (2022): 424–32. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.18-2.1033>.
- Henny Hendrayati, Dewi Puspasari, Agus rahayu. "Analisis e-marketing dan e-wallet dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan di tempat wisata

- floating market lembang” 23, no. 1 (2024): 90–114.
- Ilmiah, Jurnal, Mahasiswa Komunikasi, Universitas Mataram, Ratu Adhilla Azreira, Muhammad Jamiluddin Nur, Yy Wima Riyayanatasya, dan Universitas Mataram. “event pariwisata di akun instagram @lomboksumbawa . GO,” n.d., 1–6.
- Junaedi, Rusli Akhmad, dan Politeknik Negeri Jember. “Peran Media Sosial dalam Membentuk Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Bondowoso,” no. March (2025). <https://doi.org/10.36722/jaiss.v6i1.3933>.
- “Kementerian Agama Republik Indonesia Uin Walisongo Semarang Semarang Strategi Marketing Public Relation Dalam Membangun,” no. April (2025): 0–18.
- Lestari, Desti Putri. “Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online Di Surabaya Melalui Instagram.” *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi* 4, no. 2 (2015): 412–24. <https://repository.unair.ac.id/17736/>.
- Munawar, Sasa Sofyan, Elfira Rosa Juningsih, dan Syahrizal Maulana. “Peran Komunikasi Pemasaran dalam Sudut Pandang UMKM,” no. January (2016): 336–45. https://www.researchgate.net/publication/348160072_Peran_Komunikasi_Pemasaran_dalam_Sudut_Pandang_UMKM.
- Nadya, Nadya. “Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 1, no. 2 (2016): 133–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i2.17>.
- Nasution, Deivy Zulyanti, Cut Meutia Alexandra, dan Rina Fitriana. “Analisis minat pengunjung yang berwisata ke galeri nasional indonesia.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 24, no. 2 (2019): 106–14.
- Pasaribu, Rotumiar. “Optimalization of Online Media As a Solution for Msme Marketing Promotion in Semarang Through Covid-19 Pandemic.” *Jurnal Komunikasi dan Media* 01, no. 01 (2020): 33–44. <http://journal.unika.ac.id/index.php/jkm/index>.
- Prakoso, Damar, dan Syafiq Muhammad. “Hubungan antara persepsi social media marketing dengan keputusan pengguna jasa cuci sepatu.” *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 7, no. 3 (2020): 74–83.
- Probo, Yoh, Dwi Sasongko, Universitas Bunda Mulia, Teguh Rachmad, Universitas Bunda Mulia, Henilia Yulita, dan Universitas Bunda Mulia. *Adaptasi ilmu komunikasi*, 2020.
- Putra Widhanarto, Ghanis, Ariyani Widyastuti, dan Tri Arum Maghfiroh. “Journal of Community Empowerment 3 (2) Konten Video Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Pascasarjana UNNES.” *Journal of Community Empowerment* 3, no. 2 (2023): 88–94.

<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jce>.

Rangkuti, Amriul Hakim, dan Leylia Khairani. “Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Park & Farm Sipirok Melalui Media Digital Instagram Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Marketing Communication Strategies Of Sipirok Park & Farm Tourism Destinations Through Instagram Digital Media In Inarea.” *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik* 2, no. 1 (2023): 43–49.

Ridharsi, P Ana. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Vode Streetwear,” 2023, 37–46.
[http://eprints.unram.ac.id/id/eprint/35237%0Ahttp://eprints.unram.ac.id/35237/2/Jurnal Ana Ridharsi Putri.pdf](http://eprints.unram.ac.id/id/eprint/35237%0Ahttp://eprints.unram.ac.id/35237/2/Jurnal%20Ana%20Ridharsi%20Putri.pdf).

Ridho Bramanta, Jamil, Al-May Abyan Izzy Burhani, dan Burhanuddin. “Pengelolaan Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @pusdiklatanri.” *Journal Media Public Relations* 5, no. 1 (2025): 194–204.

Satria Nugraha, Alvin, dan Tania Adialita. “Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan.” *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen* 2, no. 3 (2021): 195–212. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i3.381>.

Siregar, Rachmi Kurnia. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Kesadaran Merek.” *Journal Communication* 6, no. 1 (2015): 54.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* 2018. Yogyakarta: Alfabeta, 2018.

Suhita, S U, F A Rosyada, dan M Rifani. “Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).” *Sahmiyya* 1, no. 2 (2022): 229–36. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/5799>.

Sundaro, Hendrianto. “Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian.” *Modul* 22, no. 1 (2022): 21–30. <https://doi.org/10.14710/mdl.22.1.2022.21-30>.

Terhadap, Ziee, dan Pemenuhan Kebutuhan. “1, 2, 3,” 2021, 54–65.

Tusyanah, Tusyanah, Wijang Sakitri, Tri Murni Mayasari, Putri Silmi Sadida, dan Edy Suryanto. “Pendampingan Pembuatan Web-Blog Sebagai Strategi Promosi Digital bagi Pokdarwis Kampung Tematik Jamrut.” *Jurnal Abdimas* 26, no. 2 (2022): 134–43. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i2.38114>.

Wahyuni, Veni Sri, Meidhe Ade Maharani, Ardian Pramesti Vita, Ferli Ardiansyah, Fernandra Agustian, Program Studi, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, dan Latar Belakang. “Issn: 3025-9495” 18, no. 2 (2025): 1–10.

Walker, O. C., Mullins, J. W., & Boyd, H. W. (2012). *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach* (8th ed.). McGraw-Hill Education.