

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Khoir, M. H., & Dirgantara, A. R. 2020. *Tourism Village Management and Development Process: Case Study of Bandung Tourism Village*. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 18(2), 84–94. <https://doi.org/10.5614/ajht.2020.18.2.03>
- Afrivania, G. N., Nugraha, I. G. P., & Widiastini, N. M. A. 2022. Strategi Promosi Pesona Alam Desa Lemukih Berbasis Media Digitalisasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 182–189. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.46732>
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. 2020. Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Akbari, E., Mathory, S., & Syahna, ; 2022. Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 4(2), 105–119.
- Andreas Dian Eko. 2022. Strategi Promosi Berbasis Sosial Media Guna Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan di Tuk Gong Adventure Kabupaten Magelang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2), 91–96. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i2.220>
- Ariani, R. P., Ekayani, I., Suriani, N. M., & Kusyanda, M. 2022. Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Ariani, R. P., Ekayani, I., Suriani, N. M., & Kusyanda, M. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Desa Bukti Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 19(1), 13–23. <https://ejournal.u.undiksha.ac.id/index.php/JPTK/article/view/41207%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPTK/article/viewFile/41207/21571>
- Arinilhaq, R. P., & Setiawan, E. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Obyek Wisata dan Seni Budaya di Jawa Barat. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.4510>
- Awaluddin, A., & S, S. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palopo. *Movere Journal*, 3(1), 81–92. <https://doi.org/10.53654/mv.v3i1.172>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. 2022. Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.

- Ayuni, D., Minrohayati, & Rulyanti Susi Wardhani. 2021. Development of Strategy for Culture-Based Tourism Village in Tempilang Village, Bangka Barat, Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(1), 70–76. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i1.2102>
- Azzahra, A. T., & Noviyanti, U. D. E. 2022. Strategi Promosi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ngawi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Taman Wisata Tawun Ngawi. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.27740>
- Bayu, I. M., Prayogi, P. A., Sutapa, I. K., & Wisnawan. 2019. Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan. In *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*. <https://books.google.co.id>
- CNN Indonesia. 2023. *Hikayat Ratusan Desa Wisata Bali: Ada yang Maju, Banyak yang Stagnan*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230126151812-269-905261/hikayat-ratusan-desa-wisata-bali-ada-yang-maju-banyak-yang-stagnan>
- Herdiana, N., & Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Heryana, A., & Unggul, U. E. 2018. Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. *Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi*, December, 14. [eprints.polsri.ac.id](http://eprints.polsri.ac.id)
- Hidayah, N. 2019. *Pemasaran destinasi pariwisata*. Alfabeta.
- Hidayat, W. F., Rapiyanta, P. T., & Shidiq, F. 2020. Perancangan Website Desa Wisata Wukirsari Bantul Sebagai Media Promosi dan Pemesanan. *Jurnal Infortech*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.31294/infortech.v2i1.7472>
- Indriastuti, Y., & Wahyuni. 2022. *Tourism Village Promotion Strategy Via Instagram*. *Iccs*, 485–490.
- Jiwa Permana, A. A., & Wirayani, M. P. 2021. Media Promosi untuk Membantu Promosi Desa Wisata. *Jurnal Edutech Undiksha*, 9(2), 231. <https://doi.org/10.23887/jeu.v9i2.37235>
- Junaid, I., Dewi, W. O., Said, A., & Hanafi, H. 2022. Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 287–301. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.287-301>
- Khairina, U. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Aceh Tengah Dalam Promosi Industri Wisata Lokal. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 35. <https://doi.org/10.22373/jp.v5i1.12808>

- Komang, T. D., Raka Marsiti, C. I., & Masdarini, L. 2021. Identifikasi Pengembangan Desa Wisata Sambangan Ditinjau Dari Unsur Attraction. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(2), 43–51. <https://doi.org/10.23887/jjpkk.v11i2.27309>
- Lokantara, I. G. W., & Mayasari, D. 2021. Pengembangan Minat Berwisata melalui Produksi Konten Video Promosi Wisata Berbasis Digital di Desa Kurau Barat, Kabupaten Bangka Tengah. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 6(2), 153–162. <https://doi.org/10.33366/japi.v6i2.2827>
- M. Lemy, D. 2018. *Jasa Pariwisata*. Explore.
- Magfira Ladupu, & Falimu. 2022. Strategi Promosi Wisata Goa Lia Balano Berbasis Media Online Pemerintah Desa Lauwon Kecamatan Luwuk Timur Kabupaten Banggai. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 30–35. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.196>
- Mardani, P. B., & Christanti, M. F. 2022. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Lokal Baros. *Jurnal SOLMA*, 11(3), 630–636. <https://doi.org/10.22236/solma.v11i3.10160>
- Martaningtyas, N. U. 2023. Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Digital Marketing untuk Mencapai Kesuksesan dalam Berbisnis di Media Sosial Guna Memajukan Sektor UMKM. *Mbic*, 556–567.
- Martoyo Anang, W. N. & B. H. 2022. Strategi promosi desa wisata Tanjungjaya Kek Tanjung Lesung melalui platform digital. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 971–987.
- Mulyani, D. C., Pujiyanto, P., & Nurfitri, R. 2020. Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Bondowoso Sebagai Media Promosi. *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(01), 20–25. <https://doi.org/10.32664/mavis.v2i01.479>
- Muntoha, Jamroni, & Tantria, H. 2020. Pemanfaatan Situs Web Sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(September), 5. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/7921/6931>
- Noviyanti, D. 2018. *Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syekh Surgi Mufti Devi Noviyanti UIN Antasari Banjarmasin*. 17(34), 90–118.
- Nurhajati, N. 2018. Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Publiciana*, 11(1), 1–13. <http://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/136>
- Olivia, H., & Widarti, W. 2021. Strategi Promosi Festival Desa Wisata Padang Kandis Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. *J-Ika*, 8(1), 11–18. <https://doi.org/10.31294/kom.v8i1.9430>

- Panja, E., Sedyono, E., & Hendry, H. 2023. Perancangan Dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Pada Atap Bukit Coffee. *Jurnal Mnemonic*, 6(1), 35–40. <https://doi.org/10.36040/mnemonic.v6i1.5845>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi.
- Puspita Sari, D., Pratiwi Batubara, R., Studi Usaha Perjalanan Wisata, P., tinggi Pariwisata Bogor Jl Curug Mekar No, S., & Bogor, K. 2021. Analisis Komponen Website Desa Wisata Cimande Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism) Component Analysis of Cimande Tourism Website As a Media for Electronic Promotion ( E-Tourism). *Sosial Humaniora*, Volume 12(2550–0236), 45–53.
- Rauf, A. 2021. *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (Issue September). Penerbit Insania.
- Said, M. Y. S. dan M. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).
- Saputra, D. H., Halim, A., Kusuma, P., Purnomo, A., & Simarmata, J. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah Business and Management View project Consumers Behavior View project* (Issue February 2021). <https://www.researchgate.net/publication/348945347>
- Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty, R. 2021. Pemanfaatan Social Advertising Sebagai Media Promosi Produk Puan Makanan Khas Palembang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(3), 269–274. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v4i3.1148>
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. 2020. The Effect of Country-of-Origin Image on Purchase Intention. The Mediating Role of Perceived Quality and Perceived Price. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6), 38–49. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.589>
- Schubert, S. F., Brida, J. G., & Risso, W. A. 2011. *The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.007>
- Sudiantini, D. 2022. *Manajemen strategi*. CV. Pena Persada.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto (ed.)). Alfabeta CV.
- Sunarjo, W. A., Siswanto, V. A., & Ilmiani, A. 2021. Video Teaser Batik Edu-Tourism Sebagai Promosi Iconic Pariwisata Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 21(2), 12. <https://doi.org/10.54911/litbang.v21i1.156>
- Suwena, I. K., & Widayatmaja, I. G. N. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. 252.

- Trianita, Y., & Larasati, A. D. 2021. Strategi Integrated Marketing Communication Pada Objek Wisata Pulau Pari Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Broadcasting Communication*, 3(2), 28–38. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v3i2.221>
- Verdian, W., Suriani, N. M., & ... 2022. Strategi Promosi Objek Wisata Di Desa Wisata Taman Gerih Abiansemal Kabupaten Badung. *Jurnal BOSAPARIS ...*, 13(November), 122–130. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPKK/article/view/52729%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPKK/article/download/52729/23755>
- Wahyu Utomo, A. 2022. Perkembangan Media Internet Sebagai Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pasar Karetan Radja Pendopo Camp di Boja Kabupaten Kendal. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(1), 41–49. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i1.203>
- Widuri, A. F., & Dewi, C. K. 2023. Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Myrubylicious Fashion Store. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 112–121. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2178>
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. 2021. *Pedoman Desa Wisata*. 1 s.d 96. <https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desa-wisata.html>
- Yulianto, A., & Hari Putri, E. D. 2021. Strategi Pengembangan Daya Tarik Untuk Mendukung Promosi Desa Wisata Puspoardi Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 51–62. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.10125>

