

DAFTAR RUJUKAN

- 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>
- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. 2022. Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.6267>
- Auliana, C., & Amelianny, N. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Rizky Stamp Lhokseumawe. *04(02)*, 178–187.
- 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>
- Citraesmana, E., Erlina, E., Ridwansyah, R., & Krishnapatria, K. 2023. Pelatihan Strategi Promosi Dan Komunikasi Digital Bagi Pelaku Pariwisata Dan Umkm Di Masa Pandemi. *Dharmakarya*, 11(4), 321. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v11i4.32560>
- Daniel Harvey, Rengkung, M. M., & Rate, J. Van. 2020. Strategi Pengembangan Objek Wisata Bahari di Kecamatan Lirung Kabupaten Kepulauan Talaud. *Sabua: Jurnal Lingkungan Binaan Dan Arsitektur*, 9(2), 125–132.
- Diah, M., Adha, R., & Niawan, K. 2019. Strategi Promosi Pariwisata Di Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus Promosi Pariwisata Pasca Gempa Bumi di Pulau Lombok Tahun 2018). *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i1.773>
- Fani Syaifillah, & Karin Amaranggana. 2023. Pemanfaatan Akun Instagram @Darihalte_Kehalte Sebagai Media Promosi Wisata Kuliner. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 44–51. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.100>
- 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>
- Hidayatullah, S., Mangiri, H. S., & Sudomo, R. I. 2020. Pembuatan Website Pariwisata Unggulan di Kota Jepara. *Joined Journal (Journal of Informatics Education)*, 2(2), 19. <https://doi.org/10.31331/joined.v2i2.940>
- Huang, E. (2022). Dampak Covid-19 Terhadap Perkembangan Wisata Bahari Indonesia di Pantai Kuta Bali. *Jurnal ALTASIA*, 4(1), 28–33.

- Ibnugraha, P. D., Periyadi, P., Suchendra, D. R., Rizal, M. F., & Handayani, R. 2022. Pengembangan Website Sebagai Media Promosi Umkm Mother'S Blessing. *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, 1(2), 95–98. <https://doi.org/10.25124/cosecant.v1i2.17513>
- Ihwan Satria Lesmana, Bahit, A., & Bayi, M. T. 2020. *Kunjungan Wisatawan Pasca Tsunami Selat Sunda Di Kabupaten Pandeglang Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bina Bangsa Abstrak Sektor pariwisata pantai Kabupaten Pandeglang Banten , merupakan sektor yang diunggulkan dan berkontribusi terhadap Pendapatan*. 6(2), 61–65.
- Jubaedah, I., & Anas, P. 2019. Dampak Pariwisata Bahari Terhadap Ekosistem Terumbu Karang di Perairan Nusa Penida, Bali. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 13(1), 59–75. <https://doi.org/10.33378/jppik.v13i1.124>
- Kholis, A., Sulaiman, L., & Puddin, K. 2020. *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*.
- Komalasari, D. 2021. Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Lupiyoadi, R., & Dedy, H. 2020. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- 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>
- Magh'firoh, R. H., Nugroho, Y. W., & Samuel, K. E. 2022. Perancangan Video Promosi Kawasan Wisata Pantai Bantol Kabupaten Malang. *Artika*, 6(2), 97–110. <https://doi.org/10.34148/artika.v6i2.558>
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astuti, M., & Pujiyanto, D. 2020. *Digital Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- 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.uii.ac.id/ajie/article/download/7921/6931>
- Musnaini, Suherman, & Wijoyo, H. 2020. Digital Marketing. In *CV. Pena Persada* (Issue September).
- Nengsih, N. S., Mukhlis, S., Siam, N. U., Junriana, & Putri, T. Y. 2022. Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas. *Agustus*, 4(1), 912–925.
- 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>

- 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.
- Putri, M. E. (2020). *Peran Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Kabupaten/Kota Provinsi Sulawesi Selatan) Tahun 2014-2018*. 8, 2.
- Radini, S. P., Mulyana, M., & Noor, T. D. F. S. 2021. Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.787>
- Revida, E., Munsarif, M., Mangiring, H., Simarmata, P., Indonesia, P. B., & Saputra, D. H. 2020. *Tourism Marketing* (Issue May).
- Rizaldi, M. 2019. Aplikasi Media Interaktif Pada Media Promosi Business To Business. *ULTIMART Jurnal Komunikasi Visual*, 7(2), 75–80. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v7i2.389>
- Sarifiyono, A. P., & Lesmana, B. 2023. *Konten Social Media Marketing dan Tourist Attractions melalui Minat Berkunjung akan Meningkatkan Keputusan Kunjungan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Jawa Barat*. 12(2), 582–601.
- 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>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto (ed.)). Alfabeta CV.
- Taghulih, B., & Nuria, H. 2020. Strategi Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Morotai Provinsi Maluku Utara. *Tekstual*, 18(1), 12. <https://doi.org/10.33387/tekstual.v18i1.732>
- Tarifu, L. 2022. *Promosi Pariwisata Internasional Wakatobi : Suatu Strategi Pemerintah Daerah*. 4(1), 155–165.
- Uluwiyah, A. N. 2022. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama.
- 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>

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. 2020. *Digital Marketing* (Issue 1). Edulitera.

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>

Wijayanti, A. 2021. Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(1), 26–39. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i1.138>

Yovita, Y., & Sukendro, G. G. 2019. Strategi Promosi Kreatif Wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung. *Prologia*, 2(2), 570. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3746>

Zakiah, R. Z., & Islam, M. A. 2022. User Interface Website Sebagai Media Promosi Vilovy Design. *Jurnal Barik*, 3(3), 174–185. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/48070/40140/>

