

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan minat pariwisata Pulau Pari (*Mix method: Exploratory sequential design*). *Jurnal EMT KITA*, 6 (2), 342-350.
- Boston. A. (2021). Pengertian homestay: Sejarah, fasilitas, aturan dan kelebihan. *Retrieved from* Ames Boston Hotel
- Awaluddin, R. (2021). *Jenis-jenis digital marketing*. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1, 116.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi *digital marketing* sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *In NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science* Vol. 1, No. 1
- Faradila, N. (2023). Penerapan *digital marketing* pada keputusan pemesanan kamar hotel. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2 (2), 109-115.
- Fauzi, A. (2022). Strategi pemasaran yang diterapkan di Hotel Santika Kepulauan Bangka Belitung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2 (3), 36-42.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *digital marketing* bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1 (2), 61-76.
- Hermawan, D. (2023). Pendampingan branding dan konten pemasaran digital Kampung Wisata Binong berbasis *participatory action research*. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 642-660.

- Hidayana, N., & Batubara, C. (2023). Strategi penerapan manajemen terhadap *marketing digital* dalam perspektif pemasaran syariah. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6).
- Maya. G. (2020). Analisis *digital marketing* Dinas Pariwisata dalam mempromosikan desa wisata Kabupaten Magetan (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ohyver, D. A., Hanafi, H., & Muhtasom, A. (2023). *Homestay Digital Marketing in Tourism Villages in South Sulawesi (Case Study in 3Featured Tourism Village)*. *Return: Study of Management, Economic and Bussines*, 2(10), 1035-1051.
- Ozali, I., & Rahayu, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Wisatawan Bintang Resort Melalui Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6710- 6723.
- Pasha, A. R. (2021, Desember 10). 10 Manfaat *Digital Marketing* Terbaik dalam Membangun Bisnis.
- Pratiwi, A. N., Zulfa, B. K., Dkk. (2021). Strategi pengelolaan *homestay* melalui penerapan CHSE dan pemanfaatan digitalisasi media sosial di Desa Wisata Purwosari. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*, 2 (4), 170-176.
- Ribhi, A. A. (2023). Dampak strategi pemasaran digital terhadap tren transaksi online melalui media sosial pasca Covid-19 pada UMKM di Jepara. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3269-3276.
- Secretariat, ASEAN (2016). *ASEAN homestay standard*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.

- Sofiati, S., & Anggraeni, I. S. K. (2021). Strategi memikat dan mempertahankan pelanggan melalui digital marketing dan aplikasi keuangan fintech warung jamu tradisional pada era pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 3(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Merriam, S. B., & Creswell, J. W. (2009). *Research methods in education* (7th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Amdrianto, B. (2023). Penerapan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 1 (1), 29-37.
- Sugiyono, A. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Y. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram (studi deskriptif pada akun @subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2 (2), 271-278.