

DAFTAR PUSTAKA

- Adhianti, A., & Herlinda. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *SCRIPTURA*, 34-42.
- Ascha, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *Managemen dan Kewirausahaan*, 1-17.
- Astutik, Y., & Najib, M. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Cimanggu Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Managemen dan Organisasi*, 7(2).
- Budiarta, I., Susanto, B., Wijaya, I., & Yudistira, C. (2020). Strategi Pemasaran Objek Wisata Alas Kedaton Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *SENTRINOV*, 6(2).
- Cahyanti, M. M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan Studi Pada Wisatawan Kampung Warna Warni Di Kota Malang. *JABM*, 25(1).
- Putri, D. P. D. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATAWAN PADA OBJEK WISATA KEBON JATI DI DESA CILEDUG WETAN KECAMATAN CILEDUG KABUPATEN CIREBON* (Doctoral dissertation, S1-Ekonomi Syariah).
- Eridiana, W. (2008). Sarana akomodasi sebagai penunjang kepariwisataan di Jawa Barat. *Jurnal Geografi GEA*, 8(1, April), 75-81.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1).
- Fazriah, F., Afyah, & Prihatini, E. (2022). Persepsi Ketertarikan Interpersonal Anggota Pada Gaya Kepemimpinan Ketua Himpunan

- Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Untirta. *Pendidikan IPS Indonesia*, 6(2).
- Habsy, B. (2017). Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling . *Konseling Andi Matappa*, 90-100.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri.
- Hasanah, R. (2019). Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Di Desa Sade Kabupaten Lombok Tengah. *Art and Design*, 2(1).
- Hidayah , I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. P. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Bidang Ilmu Komunikasi*, 76-82.
- Khairawati, S. (2021). *Startegi Bauran Pemasaran Dalam Marketing 5.0*. Yogyakarta: ResearchGate.
- Kurniawati, R., & Novi , M. (2020). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 191-203.
- Larasati, I. (2020). Strategi Pemasaran UPT Museum Balanga Sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya. *Art and Design*, 3(2).
- Majuarsa, I. W. (2018). Peranan Desa Wisata Dalam Pembangunan Desa Di Desa Munduk Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. Dipetik Agustus 30, 2023, dari Detik Treavel: <https://travel.detik.com/travel-news/d-6517168/air-terjun-blue-lagoon-yang-sohor-itu-dulunya-angker>
- Nugraha, I. G. P., Andayani, L. H., & Dewi, L. P. T. A. (2024, December). PENDAMPINGAN KELOMPOK SADAR WISATA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DESTINASI WISATA DI DESA WISATA BAKAS, KECAMATAN BANJARANGKAN, KABUPATEN KLUNGKUNG-BALI. In *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 9, No. 1, pp. 496-501).
- Pantiyasa, I., & Arnawa, I. (2016). Pengembangan Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Sangeh Abiansema Badung. *Hospitality Management*, 7(1).
- Pradana, R., & Hellyani, C. (2023). Implementasi Pemasaran Media Sosial

Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ke Mandalika Lombok. *Managemen Bisnis dan Akutansi*, 61-71.

- Pratiwi, O. (2019). Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan BlahBatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017 . *Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1).
- Prianggie, A. F. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Sistem Keselamatan dan sarana Wisata terhadap Royalitas Wisatawan melalui Kepuasan sebagai Variabel Mediasi*. Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Salim, M., Rijal, S., Aminah, S., & Darmayasa. (2020). *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Birta Ria Kassi*. Makassar: Politeknik Pariwisata Makassar.
- Santoso, I., & Atmoko, T. H. (2019). Membangun Desa Wisata Batik Sebagai Daya Tarik Wisata. *Media Wisata*, 17(2).
- Saputra, K. A., & Juniarta, P. P. (2022). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Alas Harus Pasca Pandemi Covid-19. *Tourism, Hospitality and Destination*, 191-195.
- Saraswati, I. (2021). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Muntig Siokan di Mertasari Sanur. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Sejahtri, J. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pemandian Serayu Lestari di Kota Samarinda. *Adnimistrasi Bisnis*, 10(3).
- Sugesti, S. (2021). Strategi Pemasaran 7P Restoran Bertema Autentik Di Bale Raos Sebagai Potensi Wisata Kuliner Di Area Keraton Yogyakarta. *Media Wisata*, 19(2).
- Surokim. (2016). *Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Madura: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi.
- Susanti, S. E., & Prabowo, B. (2019). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Wonosalam Dalam M<eningkatkan Daya Tarik Pengunjung. *Bisnis Indonesia*, 10(1).

- Syamsu, M. N. (2018). Studi Kelayakan Air Terjun Nggembor sebagai Destinasi Wisata untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(3), 71-84.
- Wiratma, H. (2015). Perbandingan Industri Pariwisata Indonesia dan Malaysia. *LANTIP*, 5(1), 53-54.
- Yulita, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Hospitality dan Pariwisata*, 2(2).

