

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, K. (2021). Manajemen Poac Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bdr Di Smp Negeri 2 Praya Barat Daya). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 7(1), 167. <https://doi.org/10.33394/jk.v7i1.2959>
- Alfiah, E. (2020). *Manajemen Poac Wakaf Di Indonesia*. 2507(February), 1–9. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/ziswaf/article/download/8065/pdf>
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Apriyanti, R. (2014). Pengembangan Kawasan Wisata Air Di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu. *Jurnal Desain Konstruksi*, 13(2), 68–70.
- Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2021). Peran Freelance Marketplace Dan Media Sosial Dalam Online Gig Economy Jasa Profesional. *Techno.Com*, 20(1), 122–133. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4261>
- Artini, L. P., & Padmadewi, N. N. (2018). Learning To Reflect In English Teacher Education: An Analysis From Students' Learning Experiences And Perceptions. *Asian Efl Journal*, 20(4), 261.
- Creswell, J. W. (2014). Research Design : Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches. In V. Knight, J. Young, K. Koscielak, B. Bauhaus, & M. Markanich (Eds.), *Sage* (4th Ed., Vol. 4, Issue 3). Sage Publication. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Eric Rinman, D. (2010). Social Media In The Festival Industry. *A Case Study Of Göteborg International Film Festival ' S Use Of Social Media As A Marketing Tool*.
- Fajri, D. D., & Damanik, J. (2020). Preferensi Wisatawan Nusantara Memilih Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 13–20.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2013). Statistics For The Behavioral Sciences. In T. Matray, T. Williams, L. Sarkisian, K. Miller, L. K. Moody, & M. Noel (Eds.), *Edouard Benedictus, Dover Publications* (9th Ed., Vol. 4, Issue 3). Jon-David Hague. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Haryanto. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi. *EduLib*, 5(1), 83–89.
- Hasan. (2015). *Tourism Marketing* (T. Admojo (Ed.); Pertama). Caps (Center For Academic Publishing Service).

- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 1–10. <https://Journal.Uc.Ac.Id/Index.Php/Performa/Article/View/108>
- Honorene, J. (2017). Understanding The Role Of Triangulation In Research. *Scholarly Research Journal For Interdisciplinary Studies*, 6(177), 91–95. [Http://Www.Srjis.Com/Pages/Pdffiles/149544238718.HonorenoJohnson.Pdf](http://Www.Srjis.Com/Pages/Pdffiles/149544238718.HonorenoJohnson.Pdf)
- Hughes, K., & Moscardo, G. (2019). Ict And The Future Of Tourist Management. *Journal Of Tourism Futures*, 5(3), 228–240. <https://Doi.Org/10.1108/Jtf-12-2018-0072>
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. C. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi Edisi Revisi* (D. H (Ed.); Revisi, Issue January). Cv. Andi Offset. <https://Doi.Org/10.13140/2.1.4734.7840>
- Kepariwisata, U. (1990). *Undang-Undang No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata* (Issue 9, Pp. 1–9).
- Leung. (2015). Internet Marketing Research In Hospitality And Tourism: A Review And Journal Preferences. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), 1556–1572. <https://Doi.Org/10.1108/Ijchm-05-2014-0268>
- Lufritayanti, & Annisa. (2013). Disusun Oleh : Disusun Oleh : *Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*, 11150331000034, 1–147. <https://Doi.Org/10.13140/Rg.2.2.12858.85441>
- Ly, B., & Ly, R. (2020). Effect Of Social Media In Tourism (Case In Cambodia). *J Tourism Hospit*, 9(1), 424. <https://Doi.Org/10.35248/2167-0269.19.9.424>
- Mekari. (2021). *Pengertian, Kelebihan, Jenis Dan Strategi Digital Marketing*. Pt Mid Solusi Nusantara. <https://Www.Jurnal.Id/Id/Blog/Mengenal-Digital-Marketing-Konsep-Dan-Penerapannya/>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Meaning From Drawing Valid Data : Qualitative Toward. *American Educational Research Association*, 13(5), 20–30.
- Mor, M. (2021). 3d Visibility Analysis For Evaluating The Attractiveness Of Tourism Routes Computed From Social Media Photos. *Isprs International Journal Of Geo-Information*, 10(5). <https://Doi.Org/10.3390/Ijgi10050275>
- Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 185. <https://Doi.Org/10.25124/Jmi.V17i3.1155>

- Nassaji, H. (2015). Qualitative And Descriptive Research: Data Type Versus Data Analysis. *Language Teaching Research*, 19(2), 129–132.  
<https://doi.org/10.1177/1362168815572747>
- Nurul. (2009). *Unsur-Unsur Manajemen, Fungsi-Fungsi Manajemen, Dan Pendekatan Dalam Manajemen Pendidikan*. 2–5.
- Permatasari, A. (2019). Analisa Peran Customer Online Review Dalam Membangun Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen Pada Produk Perjalanan Wisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 230.  
<https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2411>
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus Sebagai Metode Ilmiah Dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126.  
<https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Primadany, S. R., & Mardiyono, R. (2008). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, 1(4), 135–143.
- Ramadhayanti, A. (2019). Analisis Gaya Komunikasi Pemasaran Online Dan Pengembangan Infrastruktur E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 216.  
<https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2410>
- Romeltea. (2019, September 12). *Technopreneur: Pengertian, Contoh, dan Tips*. Retrieved from romeltea.com: <https://romeltea.com/technopreneur-pengertian-contoh-dan-tips/>
- Romadhan, M. I. (2017). *Prosiding Seminar Dan Call For Paper Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*. 85–90.
- Safitri, N. A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial. *Kompetensi*, 11(2), 210–216.
- Sahin, & Sengün. (2015). The Effects Of Social Media On Tourism Marketing: A Study Among University Students. *Management And Administrative Sciences Review*, 4(5), 772–786.
- Sayogi, K. W. (2018). Pengembangan Pariwisata Bahari (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringkuku Kabupaten Pacitan). *Journal Of Development And Social Change*, 1(1), 9.  
<https://doi.org/10.20961/jodasc.v1i1.20728>

- Segarwati, Y. (2020). Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha Di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung Yulia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, E-Issn 2657-1110*, 45–52. <https://doi.org/10.30656/Ka.V2i2.2066>
- Sharmin, F. (2021). Sustainable Destination Marketing Ecosystem Through Smartphone-Based Social Media: The Consumers' Acceptance Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–24. <https://doi.org/10.3390/Su13042308>
- Sriwardiningsih, E., & Bharata, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk And Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 119. <https://doi.org/10.25124/Jmi.V16i2.317>
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.
- Suhada, K. (2017). Aplikasi Web Promosi Kuliner Dan Rumah Makan Online. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(1), 25–34. <https://doi.org/10.31849/Digitalzone.V8i1.618>
- Sutrisno, B., & Muhamad, R. . T. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata (Studi Komparatif Desa Jayagiri, Kecamatan Lembang Dan Desa Sarongge, Kecamatan Pacet). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(022).
- Syafi, A., Husen, S., & Khotimah, K. (2004). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Graha Ponsel Vanflosel. *Jurnal Future*, 12–17.
- Syukwansyah, D. (2016). Pengembangan Bisnis Joeragan Dengan Menggunakan Pendekatan Prinsip Efektual. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1.
- Topsakal, Y., & Science, A. (2016). *Journal Of Marine Tourism Issue 1 Vol 2*. 2(1). <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.11549.51686>
- Trihayuningtyas, E. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32659/Tsj.V4i1.46>
- Wahyuni, S. (2020). *Optimalisasi Aplikasi Media Sosial Dalam Mendukung Pendahuluan Desa Petang Serai Adalah Salah Satu Desa Yang Terdapat Di Tanjung Pura . Mayoritas Mata Pencarian Penduduknya Adalah Bertani , Peternak Ikan Lele , Jangkrik . Desa Pematang Serai Memiliki Bumd*. 3(2), 129–134.

- Widiantika, M. (2019). *God Temple ( Geographic Of Dewata Temple ) : Aplikasi Persebaran Pura Pada Perangkat Mobile Application Berbasis Crowdsourcing Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika | 167. 8, 166–175.*
- Yachya, A. N. (2016). Pengelolaan Kawasan Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Cbt ( Community Based Tourism ) ( Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Clungup Kabupaten Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 39(2), 107–116.
- Yeasmin, S., & Rahman, K. F. (1987). “Triangulation” Research Method As The Tool Of Social Science Research. *Bup Journal*, 24(1), 8–16.

