

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati, & Puspasari, C. (2018, September). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 7(2), 11-17.
- Aji. (2021, November 30). Daftar Nominasi Ajang Anugerah Pesona Indonesia API Award 2021, Beserta Cara dan Hasil Voting Terbaru. *BNA Times*. <https://www.bnatimes.com/2021/08/daftar-nominasi-pada-ajang-anugerah-pesona-indonesia-api-award-2021-beserta-cara-dan-hasil-voting-terbaru.html>
- Amalana, Arina (2016) *Sosialisasi BMT An-Nawawi Purworejo terhadap siswa-siswi untuk menggunakan simpanan pendidikan*. Diploma thesis, UIN Walisongo.
- Aw, S. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Berger, Jonah (2014). *Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research*. *Journal of Consumer Psychology*, 24(4), 586–607. doi:10.1016/j.jcps.2014.05.002
- Bupati Banjarnegara. (2014). *Peraturan Bupati Banjarnegara Nomor 51 Tahun 2014 Tentang Tata Naskah Dinas Elektronik di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Banjarnegara*. Retrieved from banjarnegarakab.go.id: <https://jdih.banjarnegarakab.go.id/index.php/produk-hukum/send/2-peraturan-bupati/584-perbup-nomor-51-tahun-2014>
- Bupati Banjarnegara. (2016). *Peraturan Bupati Banjarnegara Nomor 78 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara*. Retrieved from banjarnegarakab.go.id: <https://jdih.banjarnegarakab.go.id/index.php/produk-hukum/send/2-peraturan-bupati/230-perbup-nomor-78-tahun-2016>
- Campbell, Arthur (2013). *Word-of-Mouth Communication and Percolation in Social Networks*. *American Economic Review*, 103(6), 2466–2498. doi:10.1257/aer.103.6.2466
- Chandra, G. (2006). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks: CA Sage.
- Diarta, I. S. (2017). Promotion Strategy of Borobudur World Cultural Heritage Site for International Tourists. *Udayana Journal of Social Sciences and Humanities (UJoSSH)*, 9(2), 190-194. <https://doi.org/10.24843/UJoSSH.2017.v01.i02.p12>

- Fadillah, Dani. (2015). Model Komunikasi “WOM” Sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika* 15(1), 66-74.
- Firdaus, M. R., & Wiwitan, T. (2019). Strategi Komunikasi Word of Mouth Sebagai promosi dari Kineruku (Studi Kasus Mengenai Strategi Word Of Mouth Sebagai Promosi Dari Kineruku). *Prosiding Hubungan Masyarakat*.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Lakeisha.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: Pustaka Ilmu Group.
- Huete-Alcocer, Nuria (2017). *A Literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications for Consumer Behavior*. *Frontiers in Psychology*, 8(), 1256-. doi:10.3389/fpsyg.2017.01256
- Isnaini, A. (2005). *Model dan Strategi Pemasaran*. Mataram: NTP Prss.
- Kabupaten Banjarnegara. (2022). *Peraturan Daerah Kabupaten Banjarnegara Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Lambang Daerah Kabupaten Banjarnegara*. Retrieved from Banjarnegara Kab: <https://banjarnegarakab.go.id/main/wp-content/uploads/2022/03/1219-peraturan-daerah-kabupaten-banjarnegara-nomor-1-tahun-2022.pdf>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Lee, N. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good, Fourth Edition*. California: Sage Publication.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mola, M. S., & Witarti, D. I. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Pengembangan Pariwisata Ende Studi Kasus: Festival Danau Kelimutu. *Communication*, 11(1), 1-13. <http://dx.doi.org/10.36080/comm.v11i1.1004>
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Cetakan Keempat*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muzaki, K. (2021, Desember 2). *Jembatan Kayangan Dieng Banjarnegara Raih API Award 2021, Panjang Jembatan 1.150 m Kelilingi Kawah*. Retrieved Desember 10, 2021, from Tribun Jateng:

<https://jateng.tribunnews.com/2021/12/02/jembatan-kayangan-dieng-banjarnegara-raih-api-award-2021-panjang-jembatan-1150-m-kelilingi-kawah>

- Nasrullah, Susanty, S., Rusli, M., Sudarso, A., Purba, P. B., Noviasuti, N., . . . Sudiarta, I. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019, Februari). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Olivia, H., & Widarti. (2021). Strategi Promosi Festival Desa Wisata Padang Kandis Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.31294/kom.v8i1.9430>
- Rahail, Y. D. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Event Festival Pesona Meti Kei 2018 Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Maluku Tenggara. (Skripsi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta) Tersedia di Repository UAJ Yogyakarta.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Konsep dan Prosedurnya*. Jurnal Ilmiah. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik.
- Rahayu, N. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Gresik dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Wisata Baru Setigi Gresik). *Commercium*, 04, 27-39.
- Rakhmat, J. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi-Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- RNC. (2021, Desember 1). Daftar Pemenang API Award 2021, NTT Raih Juara 1 di Tiga Kategori. *Rakyat NTT*. <https://rakyatntt.com/daftar-pemenang-api-award-2021-ntt-raih-juara-1-di-tiga-kategori/>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Sri, E., Muhajirin, & Ismunandar. (2018). The Effect of Word Mouth (WOM) on Purchasing Decision of Region Exclusive Fabric of West Nusa Tenggara Province (Case Study On Sasombo Fabric In Bima City). *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 115-119.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, A. H. (2015). *Manajemen Strategis Syariah: Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Widiana, M. E. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Yoeti, A. O. (2006). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Yunita, Y. (2018). Analisis Fungsi dan Peran Kehumasan Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam Sosialisasi Event Tahunan Sekaten dan FKY (Festival Kesenian Yogyakarta). (Skripsi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta) Tersedia di Repository UII Yogyakarta.

