

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- M.A, Morissan. 2010. *Periklanan; Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Kencana.
- Fill. Chris. 1995. *Marketing Communications, Frameworks, Theories, Applications*. London. Prentice Hall.
- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 1 (edisi 5). Jakarta. Erlangga.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran; Strategi & Taktik*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Huberman, A.M. dan Miles, M.B. 2018. *Analisis Data Kualitatif terjemahan*. Tjetjep Rohidi. Jakarta: UI Press
- Fitri Kusuma, Diana & Syahriar Sugandi, Mohamad. 2018. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts". *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Vol 3(1).
- Dwiyogo, Wasis. Teori Belajar Behavioristik dan implikasinya dalam pembelajaran. Universitas Negeri Malang.
- Petri Lestari, Sinta. 2015. Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Jurnal Interaksi*. Vol. 4(2).
- Mettasatya Afrilia, Ascharisa. 2018. "Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Waroenk Ora Umum Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen". *Jurnal Riset Komunikasi*. Vol 1(1).
- Pranata Sembiring, Junaidi. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika*. Vol 2(1).
- Aulia Rahma, Adenisa. 2020. Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol 12(1).
- Indrapraja & Ratna Mulyani. 2015. "Strategi Komunikasi Pemasaran Jungleland Adventure Theme Park Bogor Dalam Upaya Menarik Pengunjung. *Jurnal Komunikasi*. Vol 1(1).
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta. Bandung

- Sugiyono. 2016. *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Alfabeta. Bandung
- Spradley dan Faisal. 1990. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Rajawali. Press.
- Said, Abdullah. Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 3(1)
- Suryawan, Bagus. 2018. "Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali". *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol 5(2)
- Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sanapiah, Faisal. 1989. *Format-Format Penelitian Sosial : Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Raja Grafindo. Jakarta
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prabowo, Deri. 2017. "Pemasarann dan Promosi Dalam Menegembangkan Desa Wisata Jagalan". Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Yogyakarta
- Andita Kirana, Cindy. 2019. "Komunikasi Pemasaran Terpadu "Lemos Pires Batik" Dalam Menarik Minat Pembeli Konsumen". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 9(1).
- Kusuma Wardhani, Rendhy. 2014. "Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi Marketing PT. Salimas Sejahtera di Jogjatronik Mall Tahun 2011-2013)". Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Kusiaji, Suherman. 2016. "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Cunsomer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Muda di Semarang)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 8(1).
- Arifin, Zainal &Rofikq, Abdul. 2012. "Pengaruh Penerapan AIDA terhadap keputusan pembelian (Survey Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)"
- Mardiana, Siska. 2013. "Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen". *Jurnal Komunikasi*. Vol 2(2).
- Mulwa, Martina and Ndati, Ndeti. 2013. *Integrated Marketing Communication and Technology Adoption : A Case of Safaricom's M-PESA Mobile Money*

Transfer Services". African Journal of Science, Technology, Innovation and Development. Vol 5(5)

- Riesnanda, Reza. 2017. "Model AIDA : Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab". *Jurnal Komunikasi Profesional. Vol 1(1)*.
- Mifroh, Maritsa. 2017. "Pemasaran Berdasarkan Konsep AIDA Perspektif Ekonomi Islam di Galeri Investasi Syariah FIAI UII". Universitas Islam Indonesia
- Ramadhan, Aditya. 2021. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan Kopi Djati Ciamis". *Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik. Universitas Jenderal Soedirman*.
- Rusman, Kevin. 2015. *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk PT. Pokhan Luwuk Sulawesi Tengah. Vol 4(5). Acta Diurna*
- Wulandari, 2020, *Strategi Pemasaran Media Online Sebagai Media Pendukung UMKM pada Masa Pandemi Covid 19. Vol.2(2)*
- Mufiddah, Amalia. 2019. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By_kk). Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. IAIN Ponorogo*.
- Rambatan, Damas. 2019. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Yogyakarta*.
- Attaymini, Ratma. 2020. *Pemanfaatan Facebook selama Masa Pandemi Covid 19. Jurnal PIKMA : Publikasi Media dan Cinema. Vol.3(1)*
- Tantria, Helmanita dkk. 2015. *Pemanfaatan Situs Web Sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan. Vol 4(3)*
- Afif, Muhammad, A. 2017. *Analisis Manfaat Program Corporate Social Responsibility PT. Djarum bagi Dinas Perumahan Kawasan Pemukiman dan Lingkungan Hidup (PLKH) Kabupaten Kudus dan Masyarakat, Studi Kasus: Konservasi Lereng Muria (KLM). Universitas Diponegoro*.
- Nayenggita, Gina Bunga (dkk). 2019. *Praktik Corporate Social Responsibility di Indonesia. Jurnal Pekerjaan Sosial. Vol. 2(1)*.
- Baskara, Indra Bayu. 2015. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). Universitas Muhammadiyah Malang*
- Amalia, Ayu Desra. 2017. *Analisis Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Adel Aksesoris Palembang. Politeknik Negeri Sriwijaya*

- Setiawati, Meti. 2020. Startegi Personal Selling Dalam Konsep Pemasaran Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah. IAIN Bengkulu.
- Karim, Akbar. 2016. Personal Selling Sebagai Komunikasi Pemasaran Dalam Melayani Komplain Pelanggan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- Rusmasari, Yunita Risma (dkk). Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang. Universitas Sriwijaya.
- Poetra, Reza Riesnanda. 2017. Model AIDA : Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. Jurnal Komunikasi Profesional. Vol.1(1).
- Carollina, Donna (dkk). 2022. Analisis "AIDA" Pada Konten Instagram "Madame Gie" Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Bahasa Rupa. Vol.5(2).
- Ismail, Diva Thea Theodora. 2021. Analisis AIDA pada Media Sosial Instagram sebagai media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Jurnal informasi dan perpustakaan. Vol.12(1)
- Ariana, Putri. 2018. Pelaksanaan Coorporate Social responsibility pada perusahaan PT PLN (Persero) Pembangkitan Sumatera Bagian Utara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara
- Lestari, Putri. 2020. Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid 19. Jurnal Manajemen dan Inovasi. Vol.3(2).
- Dalihade, Putri (dkk). 2017. Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store Mega Mall Manado. Jurnal EMBA. Vol.5(3)
- Noor, Fathira Virdha. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Bengkulu.
- Handayani, Ellena Nurfazria & Pratama, Erwin Yudha. 2018. Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal manajemen bisnis Krisnadwipayana. Vol.6(3).

Sumber Internet

- Jebara *Ourland Park*. Profile. <https://jebaraourlandpark.co.id/>. (Diakses pada tanggal 20 Februari 2021)

- Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Desember 2019 mencapai 1,38 juta kunjungan. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1711/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-desember-2019-mencapai-1-38-juta-kunjungan-.html#:~:text=Selama%20tahun%202019%2C%20jumlah%20kunjungan,berjumlah%2015%2C81%20juta%20kunjungan.> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2021)
- Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/statictable/2020/08/06/2073/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-provinsi-jawa-tengah-2011-2019.html>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jepara. Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Jepara. <http://disparbud.jepara.go.id> (Diakses pada tanggal 5 maret 2021)
- Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah. Kunjungan Wisatawan di Provinsi Jawa Tengah. <http://disporapar.jatengprov.go.id>. (Diakses pada Tanggal 10 Maret 2021)
- Peraturan Pemerintah Daerah Jawa Tengah Terhadap Penutupan Tempat wisata. <http://suarabaru.id>. (Diakses pada Tanggal 10 Maret 2021)
- Perizinan Pembukaan Kembali Tempat Wisata di Jawa Tengah. <http://detik.com>. (Diakses pada Tanggal 29 September 2021)
- Peraturan Terbaru Pemerintah Terhadap Objek Wisata. <http://radarkudus.jawapos.com>. (Diakses pada tanggal 29 September 2021)
- Kunjungan Wisatawan mancanegara turun drastis di tahun 2020, jika dibandingkan tahun sebelumnya 2019. (<https://nasional.kontan.co.id>) Diakses pada tanggal 29 September 2021.
- Covid masuk ke Indonesia pada bulan Maret tahun 2020. (<https://tirto.id>). Diakses pada tanggal 29 September 2021
- Penggunaan whatsapp untuk kegiatan bisnis. (<http://kompasiana.com>). Diakses pada tanggal 10 Mei 2022