

Daftar Pustaka

- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1.
- Akbar, H. U. dan P. S. (2008). *Metodologi Penulisan Sosial Edisi Kedua*. PT. Bumi Aksara.
- Ambruk, *Kunjungan Wisatawan Turun 80 Persen selama Pandemi Covid-19*. (2020).
<https://www.wartaekonomi.co.id/read314895/ambruk-kunjungan-wisatawan-turun-80-persen-selama-pandemi-covid-19>
- Amstrong Kotler. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Anisyahrini, Rini, Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *Profesi Humas*, 237–254.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (R. Cipta (Ed.)).
- Azzahrani, M. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube*.
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Fokus Konseling*, 102.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S. M. (2006). *Effective Public Relation*. Prenada Media Group.
- Diyatma, A. J. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro*. 4.
- Durianto, L. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Media Presindo.
- Hidayat, D. N. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Hidayat, I. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.

- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. Sage publication.
- Ivanovic. (2004). *Dictionary Of Marketing* (3rd ed.). Bloomsbury Publishing Plc.
- Jovita, C. (2017). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Kende-Robb, C. (2019). *To Improve Women's Access to Finance, Stop Asking Them For Collateral*. <https://www.weforum.org/agenda/2019/06/women-finance-least-developed-countries-collateral/>
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Mc.Qualil, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Alih Bahasa Agus Dharma*. Erlanger.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Murdiyanto, S. dan L. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kebumen*. 171–180.
- Nimas, T. (2020). *Kronologi Munculnya Covid-19 di Indonesia hingga Terbit Keppres Darurat Kesehatan*. <https://www.merdeka.com/trending/kronologi-munculnya-covid-19-di-indonesia-hingga-terbit-keppres-darurat-kesehatan-kl.html?page=4>
- Nuri, S. (2020). *Pandemi, Kunjungan Wisman Tahun 2020 Turun hingga 74,7 Persen*. <https://travel.kompas.com/read/2020/12/30/120500627/pandemi-kunjungan-wisman-tahun-2020-turun-hingga-74-7-persen>
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing. An Integrated Communication Approach*. Butterworth-Heinemann.
- Priansah, M. S. A. & P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Birci*, 160–166.
- Ratnasari, Y. D. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pantai Tirta Samudra*.

- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Kary.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. Kaplan Publishing.
- Steven, R. B. dan T. J. (1993). *Dasar - Dasar Penulisan Kualitatif*. PT. Usaha Nasional.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *The Indonesian Journal of Development Planning*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakary.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran (7th ed.)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Andi Offset.
- Truline, I. K. & D. R. E. & P. (2019). *The Stategy of Marketing Communication in Tourism Industry Through One Village One Product Approach in West Java Province*.

