

REFERENCES

- Andrew. 2011. 101 Strategi Jitu Pemasaran: Bisnis Pasti Sukses dengan Creative Marketing. Jakarta: PT. Tangga Pustaka
- Arikunto, S. 2010. Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta.*
- Benckendorff, P. 2006. Attractions Megatrends. *In Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, D. Buhalis and C. Costa, eds., pp.200-210. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Brahim, Muh Nur Eli. 2021. Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XII Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Charles Stewart, & Cash, WB. 2003. Interviewing: Principle and practices.
- Djaslim, S., & Oesman, Y. M. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur pemasaran. *Cetakan Kedua, Bandung: Penerbit Linda Karya.*
- Fatohi, A. 2006. Metodologi Penelitian dan teknik pengumpulan Data. *Jakarta: Rineka Cipta.*
- Kusuma, Des Chandra. 2017. Menjadi Kaya di Bisnis E-Commerce. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan ke 26. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Notoatmodjo. 2012. *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyadi, I., & Sari, A. 2018. SISTEM INFORMASI PADA MAYA WEDDING ORGANIZER BERBASIS WEBSITE. *Jurnal Surya Informatika: Membangun Informasi dan Profesionalisme*, 5(1), 24-33.
- Sahara, S. F., & Arief, A. M. R. 2017. *Pelaksanaan Promosi Melalui Media Cetak Brosur Pada Obyek Wisata Balai Kerapatan Tinggi Kabupaten Siak* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Samura, Olyanti. 2017. "Perencanaan Media Promosi Pariwisata Untuk Daya Tarik Wisata Pemandian Muncul Banyubiru Kabupaten Semarang". Tourism Destinations Study Program, Faculty of Information Technology, Satya Wacana Christian University.