

REFERENCES

- Al-Saadi, N. (2015). Importance of English Language in the Development of Tourism. Retrieved from www.worldfresearches.com
- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui YouTube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26-30.
- Angga. (2015). Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia. Jakarta. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/content/detail/5640/saatnya-kembangkan-potensi-pariwisata-indonesia/0/infografis/>
- Brahim, M. N. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit.
- Jawantika, A. S. (2021). *Writing Leaflet Text To Promote Baturraden Adventure Forest*. Purwokerto. Retrieved from <https://bafadventure.com/>
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Leslie, D., & Russell, H. (2006). The Importance of Foreign Language Skills in The Tourism Sector: a Comparative Study of Student Perceptions in The UK. Retrieved from sciencedirect.com.
- Prastowo, A. (2012). *Panduan Membuat Bahan Ajar Inovatif : Menciptakan Metode Pembelajaran Yang Menarik dan Menyenangkan*. Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Syadiyah, H. (2020). *Making a Booklet as Tourism Promotional Media of Glagah Banyuwangi*. Sipora Politeknik Negeri Jember.
- Yusuf, M. A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: prenadamedia group.