

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Mishal Farid & Wahyuni, Itca Istia. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Cirebon pada Program Staycation*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3368-3377.
- Annisa, Renda & Alvianna, Stella. (2017). *Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel dalam Meningkatkan Minat Wisata ke Gunung Bromo*. *Jurnal PESONA*, 2(02), 2541-5859.
- Atiah, Umu, Fatari & Hartoko, Gatot. (2024). *Analisa Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhuljannah Tour dan Travel Kabupaten Pandeglang Tahun 2022*. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*, 4(1), 88-100. DOI 10.46306/vls.v4i1.
- Cervova, Lenka & Vavrova. (2021). *Customer-Based Brand Equity for a Tourism Destination: The Case of Croatia*. *Economies* 9, 178. DOI 10.3390/economies9040178.
- Chen, Aileen H. & Wu, Ryan Y. (2022). *Mediating Effect of Brand Image and Satisfaction on Loyalty through Experiential Marketing: A Case Study of a Sugar Heritage Destination*. *Sustainability MDPI*. DOI 10.3390/su14127122.
- Ihzaturrahma, Nahda & Kusumawati, Nurrani. (2021). *Influence of Integrated Marketing Communication to Brand Awareness and Brand Image Toward Purchase Intention of Local Fashion Product*. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 4(15), 23-41. DOI 10.35631/IJEMP.415002.
- Kiráľová, Alžbeta & Pavlíčka, Antonín. (2015). *Development of Social Media Strategies in Tourism Destination*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. DOI 10.1016/j.sbspro.2015.01.1211
- Kusuma, Pangky Arbindarta. (2021). *Strategi Pemulihan Dampak Wabah Covid Pada Sektor Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 47-59. DOI 10.36594/jtec/7h2cjs75

- Mastika, I Ketut & Nimral, Umar. (2020). *Destination Branding Model of an Ecological Tourism Village in Bali, Indonesia*. *GeoJournal of Toursim and Geosites*, 31(3). DOI 10.30892/gtg.31319-542.
- Nugraha, Prayudi, *et al.* (2024). *Pemasaran Digital dan Collaboration Branding Terhadap Peningkatan Penjualan Sepatu Lokal (Studi Kasus pada Sepatu Compass dan Aerostreet)*. *Jurnal Manajemen*, 11(1). DOI 10.37817/jurnalmanajemen.v11i1.
- Pinontoan, Nexen Alexandre *et al.* (2024). *Strategi Centa Tour Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Endemik*. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*. 4(1), 9167-9182.
- Pramudya, Aria Dimas & Barkah, Cecep Safa'atul. (2024). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan di Cicalengka Dreamland*. *Relasi Jurnal Ekonomi*, 20(2), 338-355.
- Rachmawati, Alivia & Alhazami, Lutfi. (2022). *Strategi Pemulihan Ekonomi Pada Bidang Pariwisata di Era New Normal DKI Jakarta*. *Jurnal Bisnismen: Riset dan Bisnis Manajemen*, 4(1), 1-19.
- Riadi, Muchlisin & Haris, Abdul. (2022). *Marketing Public Relations (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Kegiatan dan Strategi)*.
- Rimadiaz, Santi, *et al.* (2021). *Using Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia*. *The Winners*, 22(2), 173-182. DOI 10.21512/tw.v22i2.7597.
- Rosadian, Alfira. (2023). *Kolaborasi Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner di Kota Malang*. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 191-199.
- Roy, Diya Guha. (2018). *Qualitative Explorations into Customer Based Brand Equity (CBBE) for Medical Tourism in India*. *The Qualitative Report*.
- Saputra, Aditya & Rahayuningsih, Eni Sri. (2023). *Analisis Perencanaan Penyusunan Paket Wisata Keliling Madura (PAK SAKERA)*. *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 2(2), 150.
- Supriyadi. (2022). *Upaya Meraih Kesetiaan Nasabah Bank Melalui Brand Image Integrated Marketing Communications Theory*. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 136-147.

- Syafriyani, Ida & Qamariah, Sofiyah. (2023). *Strategi Pemulihan Pariwisata Pasca Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sumenep*. Jurnal Aplikasi Administrasi, 26(1), 1-8.
- Syarofa, Sherina, et al. (2025). *Marketing Communication Strategy to Increase Tourist Visits to Tumpak Sewu Waterfall In Lumajang*. DEVOTION: Journal of Research and Community Service, 6(6).
- Tahir, Abdul Haseeb, et al. (2024). *The Impact of Brand Image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review*. Heliyon Journal. DOI 10.1016/j.heliyon.2024.e36254.
- Tenaya, Luh Made Kirana Medhawi & Salma, Aqida Nuril. (2023). *Strategi City Branding Bali "The Island Of Gods" Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19*. Innovative: Journal of Social Science Research, 3(2), 13.697-13.709.
- Tulis, Christian. (2018). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Talaud)*. Skripsi Sarjana, Universitas Kristen Satya Wacana. Unesa.ac.id. (2020). *Membincang Logika Induktif Kualitatif di Webinar IKA PBS Unesa*. Diakses dari <https://www.unesa.ac.id/membincang-logika-induktif-kualitatif-di-webinar-ika-pbs-unesa> pada 28 Oktober 2024 pukul 17.22.
- Widhiastuty, Ni Luh Putu & Murdana, I Ketut. (2024). *The Impacts of Bali Cultural to the Local Balinese Community*. Lacultor: Journal of Language and Cultural Tourism, 3(1). DOI 10.52352/lacultour.v3i1.1360.
- Wijaya, Septihani Michella et al. (2023). *Dampak dan Tantangan Sektor Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid-19*. Jurnal Serina Ekonomi dan Bisnis, 1(2), 192-205.
- Wiraditi, Ratu Balqis & Sudibyo, AG. (2020). *Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Brodo Ganesha Indonesia*. Inter Script: Journal of Creative Communication, 2(1), 51-72.
- Yolanda, Asti Tresna & Yanuar, Fit. (2024). *Strategi Marketing Public Relations Hostel White Penny dalam Membangun Citra*. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), 3.