

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. &. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*,. Jakarta: Prenhalindo.
- Barton, B. A. (2018). *The effects of social media usage on attention, motivation, and academic performance*. Boston: ReseachGate.
- Basudeb Ghosh, S. N. (2014). *Fractal Apertures in Waveguides, Conducting Screens and Cavities*. USA: Springer International Publishing.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Chang, C.-C. L.-P. (2008). *Energy consumption and economic growth in Asian economies: A more comprehensive analysis using panel data*. Swedia: econpapers.
- Craig.Lefebvre, R. (2011). *An integrative model for social marketing*. Florida: Emerald Group Publishing.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar'.
- Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Diana, A. (2006). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offse.
- Diana, T. &. (2020). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Drs. Musanef, M. (1996). *Manajemen Usaha Pariwisata Di Indonesia*. Jakarta: PT Toko Gunung Agung.
- El-Gohary, H. (2010). *E-Marketing- A literature Review from a Small Businesses Perspective. Vol. 1*. America: International Journal of Business and Social Science.
- Francis, A. T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Francis, T. &. (2021). *Communication Yearbooks Vols 6-33 Set*. USA: Various.
- HaenLein, A. K. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. USA: Business Horizons.
- Hariyanto, E. (2019). *Komunikasi Publik di Era Industri 4.0*. Yogyakarta : @jualinbukumu.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media*. USA: The McGraw Hill companies.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. (2005). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, P. a. (2005). *Marketing Management. 12th Edition*. New Delhi: Prentice-Hal.
- Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook*. United Kingdom: Primehead Limited.
- Lars Engwall, M. K. (2016). *Defining Management Business Schools, Consultants, Media*. Inggris: Taylor & Francis.
- Lovelock, C. d. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, M. B. (2005). *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (PT. Remaja Rosdakarya). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Mullins, J. W. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*. USA: McGraw-Hill International Edition.
- Mulyana, D. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patilima, H. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta .
- Pendit, N. (2022). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Populix. (2021, November 25). *Mengutamakan Kualitas Responden*. Diambil kembali dari populix.co: <https://info.populix.co/>
- Prof. Dr. Tatik Suryani, P. M. (2020). *E-MARKETING BAGI UKM: STRATEGI PERIKLANAN, WEBSITE & MEDIA SOSIAL*. Jakarta: Jakad Media Publishing.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Richard Brunet-Thornton, S. H. (2017). *Impact of Organizational Trauma on Workplace Behavior and Performance*. Amerika: IGI Global.
- Ryan, D. &. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited .
- Sakai, N. (2006). *Theory, Culture & Society*. Amerika: SAGE Publications.
- Sendjaja, S. D. (2014). *Teori Komunikasi Edisi 3*. Tangerang: Universitas Terbuk.
- Spurr, R. (2006). *Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach*. Amerika: SAGE Publications.
- Strauss, J. F. (2009). *E-marketing (Vol. 4)*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi I*. Bandung: PT Alfabet.
- SUMARWAN, U. (2017). *PERILAKU KONSUMEN : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Susanti, I. (2021, Februari 2). *Kunjungan Wisman ke Indonesia Capai 1,6 Juta di 2021, Turis China Masuk 3 Besar*. Diambil kembali dari SINDOnews.com:
<https://ekbis.sindonews.com/read/675029/34/kunjungan-wisman-ke-indonesia-capai-16-juta-di-2021-turis-china-masuk-3-besar-1643817748>
- Thyer, B. (2010). *The Handbook of Social Work Research Methods*. USA: SAGE Publications.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cet.II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Weng, C. C. (2004). *Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan*. Taiwan: Tourism Management.
- Yendra. (Mengetahui Ilmu Bahasa (Linguistik)). *Mengetahui Ilmu Bahasa (Linguistik)*. Jakarta: Deepublish.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.

