

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, M., & Dharmawati, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 6(2),342-350.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata Tourism Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Diana, N. (2022). *Kecamatan Cibitung Dalam Angka 2022*. Kabupaten Bekasi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Plannig dan Strategy)*. Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media .
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utaman.
- Indriani, R., Pravitasari, C., & Muin, F. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021*. Indonesia: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Jayaningsih, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Hidden Canyon Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1),1-15.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Majid, A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makassar: Akshara Timur.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nur, A., & Firdaus, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Gonggong "Lawana" Tanjungpinang Dalam Membangun Brand Awarness. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5 (1). 1-11.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- pesona_wanajaya. (2019, November). Retrieved November 2019, from [instagram.com/pesona_wanajaya/](https://www.instagram.com/pesona_wanajaya/)
https://www.instagram.com/pesona_wanajaya/
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. RajaGrafindo Persada .

- Priansa, J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Jaya.
- Putri, E. (2019). Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Buleleng. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 39-35.
- Raharjo, L., Martha, P., & Adinugroho, P. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Agrowisata Taman Kupu-Kupu Sinarwangi Park Land Bogor Dalam Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3 (2), 166-176.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, S., & Zulaefa, E. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Objek Wisata Punthuk Setumbu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Surveyandini, M. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Suwena, I., & Gusti, N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Sulawesi Selatan : Sekolah Tinggi Theologis Jaffray.
- Wulandari, H., Ruslani, A., Pravitasari, C., Apresziyanti, D., & Muin, F. (2021). *Statistik Wisatawan Nusantara 2021*. Indonesia: Badan Pusat Statistik Indonesia.