

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. dan J. Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Banjarnahor, A. R. dkk. 2021. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Diwati, F. dan T. I. Santoso. 2015. “Pengaruh Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Bisnis *Tour and Travel* di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta”. *EBBANK*, 6(2), hlm. 33–54.
- Fiatiano, E. 2004. “Perencanaan Paket Wisata atau Tur”. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 22.
- Jaeger, S. R. dkk. 2017. “Product Uniqueness: Further Exploration and Application of a Consumer based Methodology”. *Food Quality and Preference*, Elsevier, 60, hlm. 59–71.
- Lenti, M. dkk. 2020. “Strategi Difrensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen”. *JBBE*, 2(2), hlm. 9–19.
- Mayasari, W. M. dan A. Budiatmo. 2016. “Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), hlm. 501–509.
- Miller, M. M. dan T. L. Henthorne. 2007. “In Search of Competitive Advantage in Caribbean Tourism Websites”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(2–3), hlm. 49–62.
- Murdana, I M. 2019. “Pendekatan *Unique Point Selling (UPS)* dalam Reformulasi Strategi Pemasaran Pulau Gili Trawangan Pasca Gempa”. 13(1), hlm. 181–187.
- Niu, Y. dan C. L. Wang. 2016. “Revised Unique Selling Proposition: Scale Development, Validation, and Application”. *Journal of Promotion Management*, 22(6), hlm. 874–896.
- Nurdiani, N. 2014. “Teknik *Sampling Snowball* dalam Penelitian Lapangan”. 5(2), hlm. 1110–1118.

- Oktavia, E. 2020. “Pengaruh Digital Marketing, Brand Image dan Influencer Marketing pada Keputusan Pembelian Online”. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara, Malang.
- Puspita, A. 2019. “Perencanaan Komunikasi Pemasaran: Studi pada PT. Rizma *Tour & Travel* Banjarmasin”. *Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), hlm. 10–17.
- Puspita, D., L. Adhrianti, dan Gushevinalti. 2018. “Strategi Komunikasi Pariwisata, Kota Bengkulu: Studi *Unique Proposition Program Visit 2020 Wonderful Bengkulu*”. *Journal Communication Spectrum*, 8(1), hlm. 44–45.
- Reeves, R. 1961. *Reality in advertising*. New York: Alfred A. Knopf.
- Rijali, A. 2018. “Analisis Data Kualiatatif”. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), hlm. 81–95.
- Rivaldo, Y., Supardi, dan E. Yusman. 2021. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel”. *Jurnal As-Said LP2M*, 1(1), hlm. 98–106.
- Salam, H. I., J. Widodo, dan M. Zulianto. 2019. “Strategi Pemasaran pada PT. Nuansa Wisata Prima Nusantara *Tour & Travel* Jember”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), hlm. 66–71.
- Supardi. 2021. “Inovasi Wirausahawan *Tour & Travel* pada Masa Pandemi Covid-19 di Mataram”. *Ejournal Binawakya*, 15(12), hlm. 5877–5887.

### **Daftar Laman**

Kompas.com. (18 Mei 2021). “Camping dan Roadtrip Bareng Nuvantara, Bisa Kemah di Candi Prambanan”. Diakses pada 16 November 2021 dalam <https://travel.kompas.com/read/2021/05/18/091000627/camping-dan-roadtrip-bareng-nuvantara-bisa-kemah-di-candi-prambanan?page=all>