

DAFTAR PUSTAKA

- AShimp, T. (2010). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu). Jilid I, edisi Terjemahan*. Jakarta.
- Belch, G. E. (2020). *Advertising : an integrated marketing communication perspective (pp. 275–310)*. Australia: Mcgraw-Hill Education Australia.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated marketing communication : creative strategy from idea to implementation*. Rowman & Littlefield.
- Bradley, F. (2004). *Strategic marketing : in the customer driven organization*. Wiley.
- Damayanti, A. (2022). Marketing Communication Strategy of Pandayangan Tourism Ulumahuam Village in Labuhan Batu Selatan Regency in Improving Tourism Visit . *Daengku: Journal of Humanities and Sosial Sciences Innovation Vol. 2 No. 4*.
- Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen. Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dharmmesta, B.S, Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Kosumen Edisi Pertama*. Jakarta: BPFE.
- Fadhillah, B. L. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Tunjungan Romansa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jatengprov (2023). *Jateng Raih IAA Gold Sektor Pariwisata*. Diakses <https://jatengprov.go.id/beritaopd/jateng-raih-iaa-gold-sektor-pariwisata/>
- Kotler, P dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Karman (2022) Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram di Era Pandemi Covid-19. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi vol 9 no 1*
- Kurniawan, A.W, Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku, Yogyakarta.
- Kr.jogja (2020) *Karanganyar Pusat Kehidupan Nusantara*. Diakses <https://www.krjogja.com/solo/1242505453/karanganyar-pusat-kehidupan->

nusantara

Liliweri, A. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Bumi. Aksara.

Meutia, R. (2022). Pengaruh Pengembangan Wisata Bahari terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Dua Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan . *JIBES: Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi Dan Bisnis Volume 1, No. 2*.

Miles dan Huberman. (1992). *Analisis data Kualitatif*. (diterjemahkan Ole: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia

Murhadi. (2022). Integrated Marketing Communication Model in Building the Image of Tourist Attractions in Kota Tua Jakarta Murhadi. *International Journal of Travel, Hospitality and Events Volume 1 Number 2* , 157-167 .

Pitana, I. G., & Diarta, I. K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.

Riduwan. (2018). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Septiyanti, P. (2021) *Matinya Pemasaran Candi Cetho Di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Muhammadiyah Surakarta

Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage.

Sitorus dan Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta.

Sugiyono. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta: Andi.

Trianita, Y. d. (2021). *Strategi Integrated Marketing Communication Pada Objek Wisata Pulau Pari Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*.

Uyung, S. 2003. *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Watulangkow, Q. (2018) *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kota Tomohon*. Ejournal Unsrat

Wijayanti, C. N. (2022). *Strategi Integrated Marketing Communication (IMC)*

Taman Wisata Jurug Di Tengah Pandemi Covid-19.

Xuanyi, C. (2021). Apple Inc. Strategic Marketing Analysis and Evaluation.

Proceedings of the 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021).