

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F. (2019). "Pengaruh Pelabuhan Banggai Terhadap Perkembangan Perekonomian Wilayah Kabupaten Banggai Laut" Doctoral Dissertation, Universitas Bosowa.
- Aditya, D. (2021). "Strategi Pemasaran Paket Wisata Biro Perjalanan Tugu Wisata Yogyakarta." Proyek Akhir. D3 Kepariwisataaan, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Ahmadi, C., Hermawan, D., Srinadi, N. L. P., & Kusuma, T. M. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus Putih. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 29-37.
- Akrimi, Y., & Khemakem, R. (2012). What Drive Customers to Spread The Word in Social Media. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Alfarizi, Z. M., & Purba, R. A. (2023). Buku Profil Desa Lokotoy Kecamatan Banggai Utara Kabupaten Banggai Laut, Sulawesi Tengah.
- Alma, P. D. H. B. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (9th ed.). Alfabeta.
- Alves, H., Fernandes, C., & Raposo, M. (2016). Social media marketing: a literature review and implications. *Psychology & Marketing*, 33(12), 1029-1038.
- Amanda, S. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 18-22.
- Amelia, P. P., Karini, N. M. O., & Dewi, N. G. A. S. (2017). Strategi Pemasaran Paket Wisata Pilgrim Pt. Dongan Sahuta Tour And Travel Di Bali. *Jurnal IPTA p-ISSN*, 5(1).
- Amini, N. F. (2012). Perancangan Paket Wisata Biro Perjalanan Creative Entrepreneur Tour (Cet).
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. CV. *Cendekia Press*.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928.
- Asri, R. (2021). Perancangan Sistem Paket Wisata. *Biram Samtani Sains*, 5(2), 1-5.

- Astutik, Y., & Najib, M. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Cimanggu Kabupaten Bandung–Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 7(2).
- Babo, J. P. (2016). Peranan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Mengelola Wisata Pantai Kabupaten Banggai Laut. *Jurnal Eksekutif*, 1(7).
- Berg, L., & Sterner, L. (2015). Marketing on Instagram: a qualitative study on how companies make use of Instagram as a marketing tool.
- Candranegara, I. M. W., Mirta, I. W., & Putra, K. A. F. (2021). Implementasi Program “We Love Bali” Berbasis CHSE (Clean, Health, Safety, Environment) dalam Pemulihan Pariwisata Bali. *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)*, 1(1), 27-32.
- Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 148, 40-57.
- Damarjati, R.S. 2001. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- Databoks, (2023, 26 September). Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia. Diakses pada 07 November 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia>.
- Derama, T., & Aransyah, M. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis Swot Dan Waspas Pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project. *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(1), 18-29.
- Dewi, P. D. R., & Darma, G. S. (2021). Menakar Efektivitas Digital Marketing Via Instagram. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 83-94.
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289-309.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of business research*, 70, 118-126.
- Fiatiano, E. (2004). Perencanaan Paket Wisata atau Tur. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 22.
- Fiona, F., Susetyo, S., & Putri, A. M. P. (2022, March). Digital Marketing Through Social Media Instagram as a Promotion Means to Increase

Interest in Visiting Bengkulu Tourism Objects. In *7th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2021)* (pp. 63-70). Atlantis Press.

- Fitriana, M., Ernawati, R., & Astuti, P. K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Wisata CV. SKR Tour & Travel di Era New Normal. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 157-165.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122.
- Halimu, M. M. (2022). *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Banggai Laut* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Malang).
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KEDAI WARUNG KOPI 777 SURABAYA. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 1-11.
- Harahap, A. F. D., Harahap, F. S., Batubara, M. S., Lubis, J. A., Elisa, E., Pohan, H. M., ... & Asmaryadi, A. (2022). Pelatihan Media Sosial Instagram dalam Pemanfaatan Fiturnya sebagai Peluang Usaha. *Marpokat: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 86-93.
- Hasibuan, B., Ratnasari, L., & Gusdini, N. (2022). Perancangan Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Pangadaran, Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 81-89.
- Huey, L. S., & Yazdanifard, R. (2014). How Instagram can be used as a tool in social network marketing. Kuala Lumpur: College of Art and Technology- (SNHU) Program HELP.
- Joehestanti, J. (2012). Strategi pemasaran wisata alam untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata kabupaten kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen, REVITALISASI*, 1(2), 61-73.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Khan, S. (2018). Instagram as a marketing tool for luxury brands. *International Journal of Management, Business and Research*, 8(2), 126.
- Kotler, Pdan Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kurniawati, R., & Marlena, N. (2020). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 191-203.

- Louie, J., Lisnini, L., & Lupikawaty, M. (2023). PENGEMBANGAN PAKET WISATA DI HABIBI TOUR AND TRAVEL DAERAH BANDUNG. *Jurnal Pesona Sriwijaya*, 1(2), 11-16.
- Lubis, A. (2011). Upaya PT. Mutiara Holidays Medan Mempromosikan Objek Wisata Di Sumatera Utara Melalui Penjualan Paket Wisata. Universitas Sumatera Utara. Retrieved from [http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30546/C\\_hapterII.pdf?sequence=3&isAllo wed=y](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30546/C_hapterII.pdf?sequence=3&isAllo wed=y), Universitas Sumtra Utara, Medan
- Mahendrayani, I. G. A. P. S., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2), 240-247.
- Ma'mur, M. A. A., Widjajanti, W. W., & Sulisty, B. W. (2019, August). Perencanaan Dan Perancangan Terminal Bandar Udara Regional Di Banggai Laut Sulawesi Tengah Arsitektur Banggai. In *Prosiding Seminar Teknologi Perencanaan, Perancangan, Lingkungan dan Infrastruktur* (Vol. 1, No. 1, pp. 331-338).
- Marpaung, H., & Bahar. (2000). Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Masrin, I., & Akmalia, O. K. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan kedatangan wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 204-216.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequenc-es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Nareswari, N. P. D., Putra, I. G. A. S. A., Hermawan, I. G. R. K., & Trimandala, N. A. (2023). Perencanaan Paket Wisata Berbasis 4a Di Desa Buah, Payangan, Gianyar. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(1), 20-26.
- Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2020). Strategi pemasaran desa brajan menuju Desa Wisata Mandiri. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 6(3), 591-591.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Parta, I. N. (2019). Strategi pemasaran paket wisata Pulau Komodo, oleh PT. Komodo Cipta Wisata Tour and Travel di Kuta Bali. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 2(2).
- Prasetyo, A., Rahman, D., Sary, F., Pasaribu, R., & Sutjipto, M. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195-1200.

- R SAPPE, A. N. W. A. R. (2019). *Peran dan Strategi Transportasi Laut Terhadap Konektivitas Antarwilayah di Kabupaten Banggai Laut Provinsi Sulawesi Tengah* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BOSOWA).
- Rahmadani, N., & Riauan, M. A. I. (2022). Pemanfaatan Instagram@ houseofchic Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 13-23.
- Ratu, C., & Kampana, I. M. A. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbing Sari, Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN*, 2338, 8811.
- Retno, A., Suryana, M., & Utomo, S. R. S. P. (2022, August). Perancangan Paket Wisata Adventure Tour Bandung Untuk Golden Rama Tours And Travel. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 13, No. 01, pp. 1401-1407).
- Safitri, I. F., & Moertono, B. (2022). Penyusunan Strategi Marketing (Studi Kasus pada Pancawarna Tour dan Travel). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(03), 496-506.
- Sagapova, N., Dušek, R., & Pártlová, P. (2022). Marketing Communication and Reputation Building of Leading European Oil and Gas Companies on Instagram. *Energies*, 15(22), 8683.
- Salleh, S., Hashima, N. H., & Murphy, J. (2015). Instagram marketing: a content analysis of top Malaysian restaurant brands. *E-Review of Tourism Research*, 6, 1-5.
- Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life science journal*, 9(4), 4444-4451.
- Sari, A. P., Negara, I. M. K., & Suardana, I. W. (2016). Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media Online Di Truly Asia Tour and Travel. *Jurnal IPTA ISSN*, 2338, 8633.
- Singh, M. (2020). Instagram marketing—The ultimate marketing strategy. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 7(1), 379-382.
- Suciati, P. (2018). Instagram marketing techniques for online store: a descriptive study. *KnE Social Sciences*, 811-825.
- Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., Hariatama, F., & Oktaria, M. (2022). Analisis Swot Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba:(Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 3(1), 1-10.
- Suryani, D. (2022). *TA: Strategi Pemasaran Digital Dinaya Tour And Travel Bandung* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.

- Tumanggor, I. I., Hendri, R., & Yulinda, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Ekowisata Mangrove di Bandar Bakau Kota Dumai Provinsi Riau. *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir*, 4(1), 11-17.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- Umar, G. S., & Anshori, I. F. (2022). Sistem Informasi Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai Laut Berbasis Web. *eProsiding Teknik Informatika (PROTEKTIF)*, 3(2), 82-90.
- Urban, Glen. (2004). *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River. New Jersey.
- Wicaksono, A. (2017). Strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT tanpa skala industri pada PT X di Jakarta. *Jurnal Manajemen industri dan logistik*, 1(2), 192-201.
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, daya tarik ekowisata, dan minat berkunjung wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 261 –276.
- Widiastini, N. M. A. (2012). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1).
- Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & McCarty, P. (2012). The use of social media: an exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 127-136.
- Yoeti A, O. (2006). *Anatomi Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yuliardi, I. S., Susanti, A. D., & Saraswati, R. S. (2021). Identifikasi Kelayakan Obyek Wisata Alam Dengan Pendekatan 4a (Attraction, Amenity, Accesibility, Dan Ancilliary). *Jurnal Arsitektur Kolaborasi*, 1(2), 36-53.
- Yusendra, A. E. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 46-64.
- Zakiya, H. R., Hakim, F. N., & Prihatmoko, S. (2024). Desain Konten Instagram Sebagai Optimalisasi Media Promosi Allisa Cake. *Realisasi: Ilmu Pendidikan, Seni Rupa dan Desain*, 1(3), 13-20.