

## REFERENCES

- Anggit, I. (2019, March 19). *CNBC Indonesia*. Retrieved February 5, 2021
- Assauri, S. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Bangun, N. P. (2019). *REBRANDING DESA WISATA LINGGA MELALUI UPAYA PENATAAN KAWASAN BERBASIS KEBUDAYAAN*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Bob McKercher, H. D. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Binghamton: The Haworth Press.
- Dinantyah, A. I. (2020). *Strategi Public Relations Dalam Mempromosikan Waduk Tanjungan*. Surabaya: digilib.uinsby.
- Du Cros, H., McKercher, B. (2002). *Cultural Tourism*. United Kingdom: Routledge.
- Harold Lasswell, B. &. (1996). *Reader in Public Opinion and Communication*. New York: Free Press.
- Harsono, D. E. (1994). *Manajemen Produksi Pabrik*. Jakarta: Balai Aksara.
- Jazuli, M. (2014). *Manajemen Seni Pertunjukan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kemenkeu. (2009). *Kemenkeu.go.id*. Retrieved March 10, 2021
- Knott, Brendon. *Consumer reactions to sport event sponsorship: a case study of the 2006 Cape Argus Pick'n Pay Cycle Tour*. 1 6 2007. Web. 10 May 2019. <[https://www.researchgate.net/publication/228399919\\_Consumer\\_reactions\\_to\\_sport\\_event\\_sponsorship\\_a\\_case\\_study\\_of\\_the\\_2006\\_Cape\\_Argus\\_Pick'n\\_Pay\\_Cycle\\_Tour](https://www.researchgate.net/publication/228399919_Consumer_reactions_to_sport_event_sponsorship_a_case_study_of_the_2006_Cape_Argus_Pick'n_Pay_Cycle_Tour)>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- Kulon Progo Satudata. (2021, August 5). *Data Perkembangan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Bertribusi Kabupaten Kulon Progo*. Retrieved from Satudata: <https://satudata.kulonprogokab.go.id/>
- Lestari, N. P. (2019). *Strategi Promosi Masjid Istiqlal Jakarta Sebagai Objek Wisata Religi*. Yogyakarta: digilib UGM.
- manis, S. (2019, January 19). *Pelajaran.co.id*. Retrieved February 21, 2021
- Mardikanto, T. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Muhari, S. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- P, A. W. (2020). *Strategi Marketing Public Relations dalam Sebuah Desa Wisata Berbasis*

Pendit, N. S. (1994). *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Reksohadiprodjo, S. (2010). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Shimp, T. (2003). *Komunikasi Pemasaran Terpadu edisi 8*. Jakarta: Erlangga.

SINAGA, S. (2010). *Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah*.

Sumatra Utara: Universitas Sumatera Utara.

Spillane, J. (1982). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kanisius.

Sumaryadi, I. N. (2005). *Sosiologi Pemerintahan: Dari Perspektif Pelayanan, Pemberdayaan, Interaksi, dan Sistem Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Suwena, I. K. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press.

Titah. (2011). Perbandingan Cerita Subali Sugriwa. *Lumbung Pustaka UNY*, 117-119.

Wall, A. M. (1982). *Tourism: Economic, Physical and. Social Impact*. New York: Longman Scientific and Technical.

Yohanes Sulistyadi, F. E. (2019). *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Raya Banten*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.