

## DAFTAR PUSTAKA

- Priyatmoko, Rakhmat. (2016). "Tingkat Kesadaran Pramuwisata Terhadap Branding Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia. *Jurnal Destinasi Kepariwisataaan Indonesia*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Indeks: Jakarta.
- Kementerian Pariwisata. (2011). Rangkaing Devisa Pariwisata terhadap Komoditas Ekspor Lainnya. <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=117>
- Antara. (2009). Depdiknas Terbitkan Peta Bahasa. <http://www.bahasakita.com/depdiknas-terbitkan-peta-bahasa/>
- Achyar, Mahfud. (2015). Strategi Digital Marketing. <http://www.kompasiana.com/mahfud.achyar/strategi-digital-marketing-indonesia-halal-tourism>
- Burhanuddin, Afud. (2013). Teknik Pengumpulan Data. <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-2/>
- Piramida Media Nusantara. (2016). Laporan Pekerjaan Brand Awareness melalui Endorser dalam rangka publikasi Pariwisata Indonesia melalui media online.
- Hasan, Ali. (2003). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Caps.
- Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Callen, Barry. (2009). *Manager's Guide to Marketing, Advertising, and Publicity*. Publisher: McGraw-Hill Education.
- Wiratmojo, Y. (2014). "Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador dan Daya Tarik Jingle Iklan Versi Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Magnum Classic di Kalangan Mahasiswa/i ISI Yogyakarta". <http://e-journal.uajy.ac.id/4660/>
- Murti Ndaru B. (2014). "Analisis Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Produk Sepatu Olah Raga Adidas". <http://www.e-jurnal.com/2016/12/analisis-pengaruh-iklan-dan-celebrity>
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Pustaka Utama.



- Purwono. (2012). Pengertian Studi Kepustakaan. [www.perkuliahan.com/apa-pengertian-studi-kepuustakaan/](http://www.perkuliahan.com/apa-pengertian-studi-kepuustakaan/), 28 Oktober 2015.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integated Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Universitas Sumatera Utara. (2011). “Pengertian Brand Awareness Menurut Para Ahli”. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/40606/4/Chapter%20II.pdf>
- PT. Sashi Anugrah Raya. (2017). Tanjung Kelayang. <http://www.belitungisland.com/new/destination.php?id=2>
- Adianto, Utut. (2016). “Destinasi dan Pemasaran Wisata Indonesia – Rapat Dengar Pendapat Komisi 10 dengan Eselon 1 Kementerian Pariwisata”. <http://wikidpr.org/rangkuman/destinasi-dan-pemasaran-wisata-indonesia-rapat-dengar-pendapat-komisi-10-dengan-eselon-1-kementerian-pariwisata>
- Senjaya. (2013). Pulau Burung. <https://contenttugas.wordpress.com>
- Fakhwana, Rakhwana S. (2016). “Mencari Manta, Si Misterius di Raja Ampat”. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160523114952-269-132732/mencari-manta-si-misterius-di-raja-ampat/>
- Piknik Asik. (2015). “Pulau Lengkuas Belitung, Pulau Eksotis Dengan Mercusuar Bersejarah”. <http://piknikasik.com/pulau-lengkuas-belitung-pulau-eksotis-dengan-mercusuar-bersejarah>
- Rosdiana. (2016). “Serunya Mencicipi Tradisi Makan Bedulang ala Belitung”. <http://surabaya.tribunnews.com/2016/06/08/serunya-mencicipi-tradisi-makan-bedulang-ala-belitung>, Juni 2016.
- Pandia, Swetta A. (2012). “Melancong ke Raja Ampat Jangan Modal Nekat”. <http://travel.kompas.com/read/2012/11/19/08173594/melancong.ke.raja.ampat.jangan.modal.nekat>, November 2012.