



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Asrinda., 2011, Perbandingan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Harian *The Jakarta Post* dan Harian Indonesian *Observer* Dalam Membangun Komunikasi Pemasaran Efektif, *Jurnal Communication* Edisi 1 Vol.1, Mei.
- APJII., 2013, Proyeksi perkembangan pengguna internet di Indonesia, <<http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halaman-data/9/statistik.html>>, (diakses pada 28 Okt. 2013).
- Astrini, 2013, *Media Baru Dalam Kampanye Sosial: Studi Kasus Penggunaan Twitter dan Blog dalam Kampanye Sahabat Lokananta*, Yogyakarta: Tesis UGM.
- Biro Pusat Statistik., 2010, *Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010*, <<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/index>>, (diakses pada 20 Februari 2014).
- Blood, Rebecca., 2000, *Weblogs: A History And Perspective*, <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>, 18 September 2013, (diakses pada 10 Januari 2014).
- Bovy, Baud., and Lawson, Fred R., 1998, *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*, Architectural Press.
- Brannan, Tom., 1998, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bruhn, Manfred., Schoenmueller, Verena., Schafer, Daniela B., 2012, Are Social Media Replacing Traditional Media, *Management Research Review* Vol. 35 No. 9., Emerald Group Publishing Limited, pp. 770-790q.
- Bulaeng, Andi., 2000, *Metode Penelitian Kontemporer*, Yogyakarta: Andi.
- Burkart, A.J., and Medlik, S., 1974. *Tourism. Past Present and Future*, London: Heinemann.
- Castronovo, Christina., Huang, Lei., 2012, Social Media in an Alternative Marketing Communication Model, *Journal of Marketing Development and Competitiveness* Vol.6(1), Canada: Toronto.
- Clarke, Roger., 1998, *Electronic Commerce Definitions*, <<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/ECDefns.html>>, (diakses pada 29 Januari 2014).
- Damanik, Janianton., Weber, Helmut F., 2006, *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*, Yogyakarta: Andi.
- Darmiyati, Zuchdi., 1993, *Panduan Penelitian Analisis Konten*, Yogyakarta: Lembaga IKIP Yogyakarta.
- Drucker, Peter F., 1973, *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*,



- New York: Harper & Row. Hal. 65.
- Duan, W., Gu, B. and Whinston, A.B. (2008), "Do online reviews matter? An empirical investigation of panel data", *Decision Support Systems*, Vol. 45 No. 4, pp. 1007-16.
- Engel, James F, et.al., 1995, *Consumen Behavior*, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Godes, D. and Mayzlin, D. 2009, "Firm-created word-of-mouth communication: evidence from afield test", *Marketing Science*, Vol. 28 No. 4, pp. 721-39.
- Greenwald, Jeff., *The Tale of The World's Travel Blog, Born 20 Years Ago Today*. <<http://www.wired.com/2014/01/20-years-of-travel-blogs/>> (diakses pada 29 Agustus 2014).
- Hawkins, D., 1998, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, (7<sup>th</sup> Edition), New York: McGraw-Hill.
- Herlina, Oktafiani., 2013, *Komunikasi Pemasaran Pariwisata DIY Melalui Pemanfaatan E-tourism oleh Swasta dan Pemerintah (Studi Komparatif [www. visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com) dan [www. yogyes.com](http://www.yogyes.com))*, Yogyakarta: Tesis Magister Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi UGM.
- Hidayat, Komaruddin, 2012, *Homo Ludens*, <<http://www.uinjkt.ac.id/index.php/category-table/2241-homo-ludens-.html>> (diakses pada 28 Agustus 2013).
- Huizinga, Johan., 1971, *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*, Boston: Beacon Press.
- Inskeep, E., 1991, *Tourism Planning; An Integrated and Suistainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- JVA Initiative Committee and Iowa State University, 2011, *John Vincent Atanasoff and The Birth of Electronic Digital Computing*, <<http://jva.cs.iastate.edu/index.php>> (diakses pada 26 November 2013).
- Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael., 2011, *The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging*, Business Horizons. Hal.54(2).
- Kompas.com, 2012, *Promosi Pariwisata Indonesia Melalui Blogger*, <<http://travel.kompas.com/read/2012/10/31/17205357/Promosi.Pariwisata.Indonesia.Melalui.Blogger>> (diakses pada 12 Januari 2014).
- \_\_\_\_\_, 2013, *Promosi Pariwisata Indonesia Melalui Teknologi Internet*, <<http://travel.kompas.com/read/2013/03/01/20055381/Promosi.Pariwisata.Indonesia.Lewat.Teknologi.Internet>>, 1 Maret (diakses pada 28 Agustus 2013).
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane., 2003, *Marketing Management, eleventh edition*. New Jersey: Prentice-Hall. Hal.564.



- \_\_\_\_\_, 2007, *Marketing Management, twelfth edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_, 2012, *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_, Amstrong, Gary., 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran 1. Edisi keduabelas, Jakarta: Erlangga.
- Krippendorff, K., 1980, *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Newbury Park: Sage Publications. Hal. 50-52.
- Kristian, Gredi., 2013, Mengembangkan Komunikasi Pemasaran Yang Efektif Pada Lembaga Sosial (non-profit), *Jurnal JIBEKA* Vol.7, No.3 Agustus: 17 – 25.
- Losung, Lanny Merlinda., 2011, *Efektivitas Pemanfaatan E-Tourism Sebagai Media Promosi dan Implikasinya Pada Perencanaan Destinasi Pariwisata (Studi Kasus: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Utara)*, Yogyakarta: Tesis UGM.
- McCarthy, Jerome E., 1981, *Basic Marketing: A Manajerial Approach*, Richard D. Irwin, Homewood.
- Middleton, V.T.C., 1998, *SMEs in European Tourism: The Context and A Proposed Framework for European Action*, Revite de tourisme, 4.
- Miles, Matthew B., Huberman, A Michael., 1994, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, Newbury Park: SAGE Publications.
- Miniwatts Marketing Group, 2013, *Pengguna internet di seluruh dunia berdasarkan regional demografis tahun 2012*, <[www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)>, 18 Februari 2014 (diakses pada 29 Oktober 2013).
- Murray, John., 1995. *Tourism and Development Model in Africa*, London.
- Pendit, N. S., 2005, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Prisgunanto, Ilham., 2006, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purwanti, Tenni., *Hari Blogger Nasional, Sejarah dan Perkembangannya*.< <http://tekno.kompas.com/read/2011/10/27/18033547/Hari.Blogger.Nasional.Sejarah.dan.Perkembangannya>> (diakses pada 15 Oktober 2014)
- Richins, M.L. 1983, “Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: a pilot study”, *Journal of Marketing*, Vol. 47 No. 1, pp. 68-78.
- Sanapiah, Faisal., 1990, *Penelitian Kualitatif, Dasar-dasar dan Aplikasi*, Malang: Yayasan Asih, Asah dan Asuh. Hal. 57.



- Schmidt, Stacy M. P., Ralph, David L., 2011, Social Media : More Available Marketing Tools, *The Business Review*, Cambridge Vol. 18 No. 2 December.
- Schreier, Margrit., 2012, *Qualitative Content Analysis in Practice*, Newbury Park: SAGE publication Ltd. Hal. 280.
- Search Engine Journal, 2011, *The Growth of Social Media: An Infographic*, <<http://www.searchenginejournal.com/wpcontent/uploads/2011/08/20110824SocialMediaBlack.pdf>> (diakses pada 28 Agustus 2013).
- Sekolah Pascasarjana UGM., 2012, *Petunjuk Penulisan Usulan Penelitian dan Tesis*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sharda, N., Ponnada, M., 2007, *Ontology Based Approach for Web Content Repurposing for Mobile Devices*, in *Encyclopedia of Wireless and Mobile Communications*, Borko Furht (Ed.), CRC Press.
- \_\_\_\_\_, 2007, *Tourism Blog Visualizer for Better Tour Planning*, Victoria US: School of Computer Science and Mathematics, Victoria University.
- Shimp, Terence A., 2003, *Periklanan Promosi: Aspek, Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi kelima, jilid II, Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, Ulber., 2006, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Unpar Press. Hal. 285-290.
- Sobur, Alex., 2006, *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Soekadijo. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Link*. Jakarta: GPU, 2000.
- Stephen, A.T., Galak, J. 2009., "The complementary roles of traditional and social media in driving marketing performance", working paper, INSEAD, Fontainebleau.
- Sudarmiatin., 2009, Model Perilaku Konsumen dalam Perspektif Teori dan Empiris pada Jasa Pariwisata, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Th.14 No.1 Maret, Malang, Universitas Negeri Malang.
- Syaroni, Achmad Arif., 2014, *Bentuk dan Pencapaian Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Kretek (Studi Kasus Bentuk dan Pencapaian Strategi Komunikasi Pemasaran Sub Dinas Pariwisata Kabupaten Kudus Dalam Mempromosikan Objek Wisata Museum Kretek)*.
- Utami, Ruth Dewi., 2011, Film Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Citra Destinasi Pariwisata Studi Kasus: Film Laskar Pelangi di Pulau Belitung, Magister Arsitektur Pariwisata UGM
- Tarpudin., 2007, *Analisis perbedaan Media Komunikasi Pemasaran*, Depok: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Tjiptono, F., 1996, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.



*www.alambudaya.com*

*www.bussinesinsider.com*

*www.dalih.net*

*www.dataworldbank.org*

*www.duaransel.com*

*www.geospotter.org*

*www.marischkaprudence.blogspot.com*

*www.ranselkecil.com*

*www.ranselkosong.com*

*www.salingsilang.com*

*www.socialmediatoday.com*

*www.twitter.com*

Yoeti, Oka., 1996, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

