

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. 2010. “Biro Wisata Kota Yogyakarta” – BisnisUKM.com  
<https://bisnisukm.com/biro-wisata-kota-jogja.html>, diakses pada 6 Mei 2021
- Administrator. 2020. “Dampak Covid-19 (Virus Corona) Terhadap Industri Pariwisata” – SunriseIndonesia.com  
<http://sunrise-indonesia.com/dampak-virus-corona-ke-wisata-indonesia>, diakses pada 6 Mei 2021
- Alma, Buchari. 2005. “Pemasaran dan Bauran Pemasaran”  
<http://repository.unpas.ac.id/43753/1/BAB%20II.pdf>, diakses pada 15 Mei 2021
- Ayu, Rina. 2020. “Dampak Covid-19 di Sektor Pariwisata Hingga Akhir 2020, 15 Juta Orang Tercancam Kehilangan Pekerjaan” – TribunNews.com  
<https://www.tribunnews.com/nasional/2020/09/12/dampak-covid-19-di-sektor-pariwisata-hingga-akhir-2020-15-juta-orang-terancam-kehilangan-pekerjaan>, diakses pada 9 Mei 2021
- Chandra, Gregious. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Desky. 1999. *Pengantar Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: PT. Adicipta Karya Nusa.
- Dewi. 2010. “Strategi pemasaran pada produk tasaqur di KJKS BINAMA Tologosari Semarang”  
<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/4420/>, diakses pada 15 Mei 2021
- Faiq, Hilmi. 2014. “Tahun 2014 Sektor Pariwisata Makin Cerah.” – Kompas.com  
<https://amp.kompas.com/travel/tread/2014/02/04/0927583/tahun-2014-sektor-pariwisata-makin-cerah>, diakses pada 9 Mei 2021
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta. A B. Takko, 2014.
- Harjanto. 2009. “Pengaruh Marketing Mix 7P”  
[http://eprints.dinus.ac.id/22709/3/jurnal\\_19605.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/22709/3/jurnal_19605.pdf), diakses pada 15 Mei 2021
- Irwan, Dhaimesta. 2004. “Pengertian Bauran Pemasaran”- [Gumelar Ardiansyah](http://guruakuntansi.co.id/bauran-pemasaran/)  
<http://guruakuntansi.co.id/bauran-pemasaran/>, diakses pada 15 Mei 2021
- Kotler, dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Diedit: B. Molan. Jakarta: Prenhallindo.

- Lupiyoadi, Rambat. 2006. “Pengertian, bauran, dan tujuan promosi”- Muchlisin Riyadi  
<https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html>,  
diakses pada 9 Mei 2021
- Rozack, Abdul. 2018. “Bisnis Tour and Travel Semakin Dibutuhkan  
- Radarsurabaya” <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2018/02/12/48474/bisnis-tour-and-travel-makin-dibutuhkan>, diakses pada 9 Mei 2021
- Sari. 2010. “Strategi pemasaran pada produk tasaqur di KJKS BINAMA Tologosari Semarang”  
<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/4420/>, diakses pada 15 Mei 2021
- Sudaryono. 2016. “Manajemen Pemasaran”- Sudaryono  
<http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id/522/3/Bab%202> watermark.pdf, diakses  
pada 15 Mei 2021
- Sugiyono. 2009. “Pendekatan penelitian kualitatif” – NA Rahman  
<http://eprints.ums.ac.id/34000/8/BAB%20III.pdf>, diakses pada 12 Mei 2021
- Taylor. 1975. “Analisis, Validitas, dan Rehabilitasi”  
<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/analisis-vliditas-dan-reliabilitas-data/>, diakses pada 12 Mei 2021
- Triwibowo. 2013. “Strategi promosi pada PT. MADUBARU YOGYAKARTA”  
<https://eprints.uny.ac.id/16123/>, diakses pada 15 Mei 2021
- Umar. 2005. “Peranan tour leader dalam meningkatkan pelayanan wisata pada OT. LUNA SENTOSA GEMILANG INDONESIA” – Fitra Andi Logo Ariuz  
<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/99496/Fitra>, diakses pada 12 Mei 2021
- Wihatmoko, A. (2008). Strategi Pemasaran Paket Wisata Biro Perjalanan Pelangi Wisata Surakarta, 52.
- Nurhayati. 2005. “Jasa yang dibutuhkan dan diinginkan produsen”  
<https://fdokumen.com/document/bab-ii-yang-dapat-memuaskan-keinginan-jasa-yang-dibutuhkan-dan-diinginkan.html>, diakses pada 15 Mei 2021