

DAFTAR PUSTAKA

Berkunjung, U., & Tempat, K. E. (2018). No Title.

Brand, T., & Tiket, P. (2017). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya the Influence of Promotion Mix on Brand Awareness and Its Impact on Brand Preference of Tiket . Com. 227.

Ratnawati, S. (2013). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Intensi Mengunjungi Tempat Wisata Ziarah Makam Sunan Kalijaga Demak. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 4(2), 137.
<https://doi.org/10.30659/jikm.4.2.137-148>

Bauran, D., & Pemasaran, P. A. S. (2016). Teori Tentang Strategi Pemasaran, Promosi. 1994, 13–35.

Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

Hanik Mujiati, S. (2013). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun. Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed (IJCSS) FTI UNSA, 9330(2), 1–6.

Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Herdana) 1. Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, 3(1), 1–18.

Ii, B. A. B., Olahraga, T., & Dan, R. (2005). Ii – tinjauan olahraga rekreasi dan futsal 15. 3, 15–39.

Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2007). No Title.

Khairizky, S. (2017). MANAJEMEN STRATEGI PENINGKATAN HASIL. 65–70.

Madya, W., & Pembelajaran, B. P. (1942). Taksonomi bloom.

Modul&pembelajaran&. (n.d.).

Nafis, M. D. (2016). Resort Alam Bukit Sekipan Tawangmangu. Resort Alam Bukit Sekipan Tawangmangu, 147, 11–40. [http://eprints.ums.ac.id/47635/29/BAB II.pdf](http://eprints.ums.ac.id/47635/29/BAB%20II.pdf)

Olowu, T. O., Sundararajan, A., Moghaddami, M., Sarwat, A. I., Unigwe, O., Okekunle, D., Kiprakis, A., Latif, A., Gawlik, W., & Palensky, P. P. (2014). Table of Contents Table of Contents CIRED - Open Access Proceedings Journal, 2017(July), 1–67.

[http://www.eskom.co.za/CustomerCare/TariffsAndCharges/Documents/RSA Distribution Tariff Code Vers 6.pdf](http://www.eskom.co.za/CustomerCare/TariffsAndCharges/Documents/RSA%20Distribution%20Tariff%20Code%20Vers%206.pdf)<http://www.nersa.org.za/>

Pramitadewi, Y. H. (2009). Pengukuran kesadaran merek (brand awareness) pada produk Madurasa PT . Air Mancur. 1–93.

Selang, C. A. D. (n.d.). ISSN 2303-1174 Christian A.D Selang, Pengaruh Bauran Pemasaran... 1(3), 71–80.

Supriyadi, A. (2015). *SURVEI MANAJEMEN WAHANA FAMILY FUN PARK ATLANTIC DREAMLAND KOTA SALATIGA TAHUN 2014.*

Technische Universtität München, L.-M.-U. M. (2018). *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*, 1(15), 12–53.

Tianingrum, R., & Sopiany, H. N. (2017). *Analisis Kemampuan Pemahaman Matematis Siswa SMP pada Materi Bangun Ruang Sisi Datar. Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 440–446.
<http://pmat-unsika.eu5.org/Prosiding/64RisnaTianingrum-SESIOMADIKA-2017.pdf>

Kurnianingtyas, L. Y., & Nugroho, M. A. (2012). *Implementasi Strategi Pembelajaran Kooperatif Teknik Jigsaw Untuk Meningkatkan Keaktifan Belajar Akuntansi Pada Siswa Kelas X Akuntansi 3 Smk Negeri 7 Yogyakarta Tahun Ajaran 2011/2012. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 10(1), 66–77.
<https://doi.org/10.21831/jpai.v10i1.922>

Penanganan, A., Fresh, P., Pada, F., Midi, P. T., & Indonesia, U. (n.d.). *Issn 2303-1174*. 5(2), 418–426.

Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085.
<https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>

Amir, F., Studi, P., & Komunikasi, D. (2015). *Fakultas desain universitas komputer indonesia bandung 2015.*