

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, V. T. (2016). *SISTEM INFORMASI RESERVASI TOUR & TRAVEL BERBASIS WEB PADA A-RAYA TOUR & TRAVEL JEMBER*. 4(1), 64–75.
- Agustinawati, & Puspasari, C. (2018). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2), 11–17.
- Aini, A. (2007). Sistem Informasi Geografis Pengertian dan Aplikasinya. *Diakses Dari Http://Stmik. Amikom. Ac. Id/[Diakses 24 Maret 2013]*.
- Anisa Hudiyani, Aspan, N. F. Y. (2018). PERAN TOUR AGENCY ORANGUTAN JOURNEY DALAM PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMAN NASIONAL TANJUNG PUTING KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT. *Magenta*, 7(1), 35–42.
- Antasa, R. (2020). STRATEGI PEMASARAN TOUR DAN TRAVEL HAJI DAN UMRAH DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH PADA PT. AL-MULTAZAM BANDAR LAMPUNG. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aprizal, H. (2012). ANALISIS EFEKTIVITAS SEGMENTASI PASAR TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN TONASA DI PANGKEP. *Core.Ac.Uk*.
- Cahyaningrum, nina arista. (2012). *SISTEM MANAJEMEN DAN STRATEGI PEMASARAN DI ASIH TOUR & TRAVEL SURAKARTA*.
- Daft R. L. (2006). *Management (manajemen)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Damanik, D. T. (2017). *PENGARUH SEGMENTASI PASAR, BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PENGGUNAAN PERANGKAT KOMUNIKASI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA RUMAH MAKAN TRADISIONAL BATAK UMUMNYA KHUSUSNYA POKKALAN NABOLON PEMATANG SIANTAR*.
- Daud, R., & Windana, valeria mimosa. (2014). PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN DAN PENERIMAAN KAS BERBASIS KOMPUTER PADA PERUSAHAAN KECIL (STUDI KASUS PADA PT. TRUST TECHNOLOGY). *Yejin Fenxi/Metallurgical Analysis*, 28(7), 42–45.
- Destiningrum, M., & Adrian, Q. J. (2017). SISTEM INFORMASI PENJADWALAN DOKTER BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER (STUDI KASUS: RUMAH SAKIT YUKUM MEDICAL CENTRE). *Jurnal Teknoinfo*, 11(2), 30. <https://doi.org/10.33365/jti.v11i2.24>
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis

Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal STIEBBANK*, Vol. 6, No(Imc), 33–54. Retrieved from <http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/viewFile/75/78>

Duari, i putu hardani hesti. (2014). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI TIKET PESAWAT DI TOTAL NUSA INDONESIA TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA. *Jurnal Teknologi Kimia Dan Industri*, 2(1), 1–7. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-33645547325%7B%7DpartnerID=40%7B%7Dmd5=5c937a0c35f8be4ce16cb392381256da%0Ahttp://jtk.unsri.ac.id/index.php/jtk/article/view/4/6%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.biortech.2008.12.046%0Ahttp://dx.doi.org/10>

Eka, S., & Medan, P. (2020). *1 STIE Eka Prasetya Medan*. 1–8.

Elat, tisye pingkan, Kawet, L., & Tumbel, A. (2014). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hello Tours and Travel Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 399–410.

Fahrudin, A., Purnama, B. E., & Riasti, B. K. (2011). Pembangunan Sistem Informasi Layanan Haji Berbasis Web Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Ar Rohman Maburur Kudus. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 9330(1), 63–71.

Fauzi, Y. (2015). MANAJEMEN PEMASARAN PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>

Fullchis Nurtjahjani, Asminah Rachmi, M. (2017). PENGARUH FAKTOR-FAKTOR SEGMENTASI DEMOGRAFIS DAN SEGMENTASI PSIKOGRAFIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE MTC MANADO. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11, Nomor, 107–114.

Herliana, A., & Rasyid, P. M. (2016). SISTEM INFORMASI MONITORING PENGEMBANGAN SOFTWARE PADA TAHAP DEVELOPMENT BERBASIS WEB. *Jurnal Informatika*, (1), 41–50.

Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*.

Jayanti, D., & Iriani, S. (2014). Sistem Informasi Penggajian Pada CV. Blumbang Sejati Pacitan. *Sistem Informasi Penggajian*, 6(3), 36–43. Retrieved from <http://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1041%0Ahttp://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1041/1029>

Julitriarsa D., Suprihanto J. (2001). *Manajemen Umum Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA

Karela, F. (2020). *STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MADRASAH TSANAWIYAH MAZRA'ATUL ULUM PACIRAN LAMONGAN*. Retrieved

from <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/17089>

- Khoir, M. (2016). *MENGIDENTIFIKASI SEGMENT PASAR DAN MEMILIH PASAR SASARAN*. 10, 2. Retrieved from [www.iranesrd.com](http://www.iranesrd.com)
- Kristiana, I. Y., & Kurniawan, C. (2018). *Rancang Bangun Aplikasi Travel Booking Berbasis Android Pada Transwisata Travelindo Tour And Travel Malang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/g2u53>
- Lestari, A. S. (2013). *Analisis Penilaian Kinerja Lembaga Pendidikan Tinggi Dengan Metode Balanced Scorecard: Penerapannya Dalam Sistem Manajemen Strategis ( Studi Kasus Pada Universitas Brawijaya Malang )*. 52(April 1988), 441–450.
- Mahadewi, A. G. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN PARIWISATA DAN KUALITAS PELAYANAN PARIWISATA MELALUI KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (STUDI PADA DESTINASI GRAND WATU DODOL (GWD) KABUPATEN BANYUWANGI). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 1–102.
- Mukminin, F. (2015). *MANAJEMEN PELAYANAN BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)*.
- Muna, Z. (2018). *STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DI BIRO HAJI DAN UMROH PT. ARWANIYYAH TOUR & TRAVEL KUDUS*. 157.
- Nashar, H. (2013). *Dasar Dasar Manajemen*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/uk5yp>
- Nuriyanti, W. (2017). SEGMENTASI PASAR BERDASARKAN DEMOGRAFI DALAM MEMILIH SEPEDA MOTOR MATIC DI WILAYAH DEPOK. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 48–57.
- Prasetya, B. G. (2019). ANALISIS PERAN INFORMAN DALAM MEMBANTU KEPOLISIAN MEMBERANTAS TINDAK PIDANA PEREDARAN GELAP NARKOTIKA.
- Prasetyo, L. D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Mtc Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1337–1347. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16163>
- Prastiwi, A. G. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN OLEH TRAVEL HASUNA TOUR YOGYAKARTA PERIODE 2015 – 2016*. 4(1), 64–75.
- Prawita Sari, A., Kusuma Negara, I. M., & Suardana, I. W. (2016). STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA ONLINE DI TRULY ASIA TOUR AND TRAVEL. *Jurnal IPTA*, 4(1), 74. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p13>

- Priangani, A. (2013). MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Priyanti, D., & Iriani, S. (2013). Sistem Informasi Data Penduduk Pada Desa Bogoharjo Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Pacitan. *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security*, 2(4), 56. Retrieved from ijns.org
- Riskiono, S. D., & Reginal, U. (2018). SISTEM INFORMASI PELAYANAN JASA TOUR DAN TRAVEL BERBASIS WEB (STUDI KASUS SMART TOUR). *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 6(2), 51–62. <https://doi.org/10.35959/jik.v6i2.112>
- Rozi, A., Widodo, J., & Suharso, P. (2014). *Strategi Pemasaran pada Usaha Travel CV. Krisna Java Tour & Travel di Kabupaten Jember*.
- Rusdiana, A., & Irfan, M. (2014). SISTEM INFORMASI MANAJEMEN. *Sistem Informasi Manajemen*, 1–387.
- Sa'diyah, H. (2016). Manajemen Krisis Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta Dalam Mengatasi Kasus Mapala Unisi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sahbana, P. M. (2020). *STRATEGI PEMASARAN PT MUHIBBAH MULIA WISATA TOUR DAN TRAVEL PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH CALON JAMAAH HAJI KHUSUS DI KOTA PEKANBARU. 1*.
- Sakurai Ryo., Kobori Hiromi., & S. E. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*. 13–33.
- Salafudin, M. (2013). *IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KESELAMTAN DAN PLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KESELAMTAN DAN KESEHATAN KERJA DI PT PLN (PERSERO) AREA PENGATUR ESEHATAN KERJA DI PT PLN (PERSERO) AREA PENGATUR DISTRIBUSI JAWA TENGAH & D.I.YOGYAKARTA DALAM UPAYA ISTRIBUSI JAWA T*.
- Salam, H. I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). STRATEGI PEMASARAN PADA PT NUANSA WISATA PRIMA NUSANTARA TOUR & TRAVEL JEMBER. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 66. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10422>
- Sidh, R. (2013). PERANAN BRAINWARE DALAM SISTEM INFORMASI MANAJEMEN. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 23(4), 795–798. <https://doi.org/10.1021/jf60200a019>
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.40>
- Tauriana, D., & Andhika, A. (2010). Bauran Pemasaran, Manajemen Hubungan

Pelanggan dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *The Winners*, 11(1), 34. <https://doi.org/10.21512/tw.v11i1.698>

Tjiptono F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Wahjono S. I., Marina A., Wardhana A., & Darmawan A. (2019). Pengantar Manajemen. Depok: Fajar Interpratama Mandiri.

Walean, R. H. (2009). Konsep dan Strategi Penentuan Posisi Produk Dalam Pasar. *JBE (Journal of Business and Economics)*, 8(1), 37–40.

Widiansyah, A. (2018). Peranan Sumber Daya Pendidikan sebagai Faktor Penentu dalam Manajemen Sistem Pendidikan Apriyanti. *Manajemen Sistem Pendidikan. Cakrawala*, 18(2), 229–234. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>

Wulandari, S. (2014). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LABA PADA PRAJA TOUR & TRAVEL DI YOGJAKARTA*. 13–93.

Yolanda, M. M. (2019). *Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung ( Studi Pada Defa Tour and Travel Bandar Lampung)*. 1.

