

DAFTAR PUSTAKA

- Akmala, N. H., & Husna, J. (2019). Pemanfaatan Layanan Perpustakaan Keliling “Ruang Terbuka Hijau” Sebagai Sarana Promosi Menumbuhkan Minat Baca Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Pemalang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 271–280.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23233>
- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 297–306.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137.
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Arkan, F. (2018). Sistem Informasi Objek Wisata Jelitik Kabupaten Bangka Berbasis Websserver. *Jurnal ECOTIPE*, 5(1), 8–14.
<https://doi.org/10.33019/ecotipe.v5i1.30>
- Barusman, A., & YOSHUA, Y. (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bubur Gabe Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 4(2), 111714.
- DESY ARISKA LAZUBTA. (2014). PENGARUH PROMOSI BMT SINAR LAUT GEMPOLSEWU TERHADAP MINAT MENABUNG SISWA DI MI MUHAMMADIYAH 01 ROWOSARI KECAMATAN ROWOSARI KABUPATEN KENDAL. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 10–36.
- Fatmawati, E. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Perpustakaan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.21043/libraria.v5i1.2250>
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Efektifitas

Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 27–40. <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1210>

Fitria, R. (2012). Proses Pembelajaran Dalam Setting Inklusi di Sekolah Dasar. *E-JUPEKhu Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*, 1(1), 93.

Gumelar, M. S. P. G. K., & Program. (2019). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SUPLEMEN MAKANAN IMFORCE KAPLET*. 13–26.

Hernandhi, D. T., Astuti, E. S., & Priambada, S. (2018). DESAIN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE UNTUK PROMOSI (Studi Kasus pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 1–10.

Hudiyani, A., Aspan, & Yana, N. F. (2018). Peran Tour Agency Orangutan Journey Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan. *Magenta*, 7(1), 35–42.

ILYASA, D. (2020). (2014). PENGARUH MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MABRUK PALEMBANG. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–25.

Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127–143. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i5.2943>

Lilliek Suryani. (2017). Upaya Meningkatkan Sopan Santun Berbicara Dengan Teman Sebaya Melalui Bimbingan Kelompok. *E-Jurnalmitrapendidikan.Com*, 1(1), 112–124.

Manafe, J. ., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). PEMASARAN PARIWISATA MELALUI STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM, SENI DAN BUDAYA (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan*

Manajemen Islam, 4(1), 101. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1687>

- Mar'atusholihah, H., Priyanto, W., & Damayani, A. T. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaan. *Jurnal Mimbar PGSD Undiksha*, 7(3), 253–260. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPGSD/article/view/19411>.
- Muhammad, K, Pambudi, A, Subarkah, K. (2015). Analisis dampak sosial dan ekonomi dalam pembangunan. *Pelita*, X, 11–24.
- Nela Evelina, Handoyo DW, S. L. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, c, 203–213.
- Ninla Elmawati Falabiba. (2019). *Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Produk Tabungan Tandamata My First Pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Rancaekek*. 8–25.
- Nugroho, M. B. (2013). Definisi Pariwisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Oroh, S., Mananeke, L., & Sangkaeng, S. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10113>
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). (Survei pada Konsumen Baker ' s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 179–186.
- Purnmasari, yulia endah sukma. (2011). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan wisatawan asing berlibur di kota semarang. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Asing*

Berlibur Di Kota Semarang.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rahman, M. A. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa. *Assets : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 103–115. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/assets/article/view/1604>
- Reyhan, suryanto putra, & Muhammad. (2021). *Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan pada obyek wisata dengan variabel citra destinasi sebagai pemediasi.*
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif [Qualitative Data Analysis]. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Rostina, S. (2013). *Media Pembelajaran Matematika*. ALFABETA. May.
- Sari, D. M., Surantoro, & Ekawati, E. Y. (2013). Analisis Kesalahan dalam Menyelesaikan Soal Materi Termodinamika Pada Siswasma. *Jurnal Materi Dan Pembelajaran Fisika (JMPF)*, 3(2), 33–39.
- Setiawan, N. A., & U., F. H. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelesong. *Trikonomika*, 13(2), 184. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>
- Suarnayasa, K., & Haris, I. A. (2019). Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun Di Dusun Jembong. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 473. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20132>
- Syahrul dkk. (2004). Teknologi informasi dan pendidikan. *Al-Manar (Edisi 1)*,

12(2), 1–7.

Tahun, P. S. K.-. (2015). *Politeknik negeri manado*. 815332.

Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk. *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7*, 1(2), 105–118. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71>

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 3(1), 9–19. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

yuni Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>

