

DAFTAR PUSTAKA

- Afriaris, S., & Windartini, S. (2021). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek*, 9(1), 12–20. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i1.65>
- alfira rizki. (2014). Identifikasi Potensi Dan Strategi Pengembangan.
- Alifah, F. N. (2019). Pengembangan Strategi Pembelajaran Afektif. *Tadrib*, 5(1), 68–86. <https://doi.org/10.19109/tadrib.v5i1.2587>
- Ariastini, Ni Nengah, Ni Made Ayu Natih Widhiarini, P. E. O. (2017). Strategi Pengembangan Mepantigan Sebagai Atraksi wisata Budaya Dalam Mendukung Sport Tourism Di Bali Ni. *Prosiding SENDI*, 15(1), 43–66.
- Asriandy, I. (2016). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air TERJUN BISSAPU DI KABUPATEN BANTAENG. Universitas Hasanudin, 82.
- Astari, A. (2017). *No Title*. 1–14.
- Bahiyah, C., & Hidayat, W. R. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 95–103.
- Di, L., Sungai, P., Kabupaten, A. U. R., & Barat, P. (2018). *No Title*. 1, 206–218.
- Hasnam, L. F., Syarief, R., & Yusuf, A. M. (2017). Strategi Pengembangan Bank Sampah di Wilayah Depok. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 407–416. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.407>
- Irfandi. (2015). Pengembangan Dalam Pembelajaran. 9–39.
- Khoiriana, R., & Nurlambang, T. (2017). Brand image kota Bandung. *Journal of Travel and Tourism Marketing*.

<https://pdfs.semanticscholar.org/d48c/33fa08f230ec26c11ca15e23cef1d9ad7e6c.pdf>

Komarudin. (2012). *HASH HOUSE HARRIERS SEBAGAI OLAHRAGA REKREASI DALAM MENCAPAI KESEHATAN DAN SOCIAL WELL-BEING (Sebuah Kajian terhadap Komunitas Hash House Harriers di Yogyakarta)*. *VIII*(2), 1–13.

Kuntjoro, B. F. T. (2020). Rasisme Dalam Olahraga. *Jurnal Penjakora*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.23887/penjakora.v7i1.19503>

Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>

Manajemen, J. I., & Vi, V. (2016). *Taufik 399 - 415 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VI, No. 3, Okt 2016. VI(3), 399–415.

Masalah, A. L. B. (2013). Bab I Pendahulua *Journal Information*, 2(30), 1–17.

Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>

Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra, H. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 52. <https://doi.org/10.22441/fifo.2019.v10i1.006>

Mutia, M., & Pujiyanto, P. (2022). Application of The 7p Mix Marketing on Patient

Satisfaction at Hospitals. *Malahayati Nursing Journal*, 4(9), 2270–2281.

<https://doi.org/10.33024/mnj.v4i9.6941>

Nilai, P., Biji, C., Pada, K., Sortasi, P., Dan, M., Tipe, S., Konveyor, M., Unit, D. I., & Firlany, I. (2015). Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>. 8(L), 1–5.

Olahraga, A., Melalui, R., Tradisional, O., Desa, D. I., Kabupaten, S., Sports, R., Through, A., Activities, S., & Sumberjaya, I. N. (2023). *SPORTS ACTIVITIES IN SUMBERJAYA VILLAGE , KARAWANG*. 3(1), 115–118.

Philp, K. (2002). Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian. 1(3), 89.

Positif, P. (n.d.). Mencapai Kesehatan Dan Social Well-Being. 1–13.

Pratiwi, R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot. 98. http://repository.uinsu.ac.id/7465/1/SKRIPSI_RISDA_PRATIWI_EKI.pdf

Rachmawati, C., & Lestari, P. (2019). Interaksi Sosial Pada Komunitas Lari Magelang. 2, 2–17.

Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.

Salim, H., & Dewi. (2018). (1, 2. XV(2), 3–11.

Sirajudin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol.1(No.1), 11–23.

Soleh, A. (2017). Strategi pengembangan potensi desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32–52.

Syeron, I. V. (2019). Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 9–18.

Tricahyo, F., & Djatmiko, M. D. (2013). Perancangan Fasilitas Duduk di Ruang Terbuka Kota Bandung dengan Pencitraan Bandung Sebagai Kota Kembang (Studi Kasus Taman Cikapayang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 1(1), 1–12.

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

Wahyuningsih, S., Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 141–157.