

DAFTAR PUSTAKA

- ANDI SITI NURHALISA BASRI. (2023). Pola Komunikasi Antargenerasi Di Lingkungan Kerja Pt Skena Wahana Kreatif Makassar. *Jurnal Pendidikan Komunikasi*, 2, 7–96.
- Ayesha, I., Amaliyah, I. W. A. P. S. H., Yusnanto, N. I. E. T., Firdaus, N. D. M. S. D. R. D. U. A., Fitriana, M. M., & Egim, N. A. S. (2022). *Digital Markting (Tinjauan Konseptual)*.
- Betari Avinda, C., Sudiarta, I. N., & Oka Karini, N. M. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, 4(1), 55.
<https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p10>
- DESWITA, A. (2024). ... *Digital Marketing Multiplatform Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan (Telaah Deskriptif Pada Uin Raden Intan Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/34503/>
- Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- EKSPRESI ANDROGINI MELALUI FASHION (Studi Kasus Pada Pria Androgini di Kota Makassar) Oleh : Putri Kumalasari Fadly Wijayakusuma Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. (2020).
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). PeErinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.
<https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>ngaruh Kualitas Pelayanan, Harga, .
Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 1(1), 130–146.
- Hapsara, O., & Berkunjung, M. (2022). *ANALISIS KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG: CITRA DESTINASI DAN AKSESIBILITAS*. 11(01), 64–76.

- Harahap et al. (2017). Pengaruh Pencurian Terhadap Masyarakat Sekitar. *Wicaksono & Hermani*, 2(1), 69–88.
- Indralaya, N. (2003). *PENGARUH PENERAPAN MEDIA CETAK BERBASIS LEAFLET TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN SEJARAH DI KELAS X SMA NEGERI 1 INDRALAYA* Muzakki Adila.
- Istighfarin, R., Fitriani, A., & Riyani, N. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald'S Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.936>
- Julianti P, E., Yusmawati, Widyaningsih, H., Mulyana, & Halim, A. (2023). Identification barriers to entry in the sport tourism industry: A challenge for local sports entrepreneurs. *Journal Sport Area*, 8(2), 230–238. [https://doi.org/10.25299/sportarea.2023.vol8\(2\).12217](https://doi.org/10.25299/sportarea.2023.vol8(2).12217)
- Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini, D., & Kusniadji, S. (2021). *Suherman Kusniadji : Kontribusi Penggunaan Personal Selling Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini*. 176–183.
- Lubis, M. S. I. (2018). Pengaruh Tayangan Media Elektronik Terhadap sikap. *Network Media Vol:1 No. 2, 1(2), 1*. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/360/353>
- Muhammad Haqiqi, Nurjaman, A., & Hermawan, H. (2024). Jurnal dinamika sosial dan sains. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 1(4), 358–366.
- Nathasya, H. (2024). No TitleEAENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Nursyahbani, M. A., Priatna, W. B., & Dharmawan, L. (2025). Eksplorasi Pandangan Gen Z Terhadap Pemanfaatan Web Digital Sebagai Media Promosi Wisata Bogoraquagame. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(6), 1737–1742. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i6.1117>
- Ofifah, T. R. N., Rivai P, A. K., & Krissanya, N. (2023). Efektivitas Promosi Produk Chatime Melalui Instagram Menggunakan Model AIDA. *Journal of Business Application*, 2(1), 127–140. <https://doi.org/10.55098/jba.v2.i1.p127->

- Palopo, I. (2025). *Berkunjung Kembali Dengan Experiential Marketing Sebagai Variabel Intervening*.
- Pascal, J. O., Wasan, A., Ali, M., Studi, P., Rekreasi, O., Olahraga, F. I., & Jakarta, U. N. (2023). *PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENGEMBANGAN OBJEK* Kata kunci ; Peran Media Sosial Instagram , Objek Wisata daripada media sosial seperti Facebook atau Twitter . 2(2).
- Pembangunan, A., Dampak, D. A. N., & Sekitar, B. M. (2025). *Analisis pembangunan dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, budaya masyarakat sekitar kawasan destinasi wisata kolam renang kampung bambu kabupaten bandung*. 02, 85–90.
- Prasetya, H., & Sari, Y. (2022). Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya Perkembangan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 12–25.
- Purwahita, A. A. . R. M., Wardhana, P. B. W., Ardiasa, I. K., & Winia, I. M. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80.
- Putra, B. P. (2014). Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Pemasaran*, 3(118), 1–11.
- Qadir, M. R. A. (2016). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 1–23.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024a). *No Title 済無No Title No Title No Title* (Vol. 2).
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024b). *No Title 済無No Title No Title No Title* (Vol. 2).
- Saputro, M. D., & Muslimah, K. C. (2025). *Madrasah Sebagai Pusat Pendidikan Islam di Indonesia : Kontribusinya terhadap Pembentukan Karakter Bangsa Madrasah as a Center for Islamic Education in Indonesia : it ' s Contribution to the Formation of the Nation ' s Character mengeksplorasi lebih dalam*. 5(2), 140–157.

- Sari, D. P., Rosita, N. D., Putri, N. A., Amelia, H., & Misidawati, D. N. (2025). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Dan Reputasi Perusahaan. *Journal Media Public Relations*, 5(2), 100–113. <https://doi.org/10.37090/zdmcdk15>
- Sartika, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung (Studi Kasus Destinasi Wisata Kolam Renang Abu Nawas Rumbia Lampung Tengah). *Skripsi*, 1–108.
- Sonia, Anna, Y. B. S. (2016). PEMBELIAN HERBAL SARI DINDA memengaruhi para konsumen memilih herbal yang akan dikonsumsi . mengurangi virus HIV dalam aliran darah pada orang dengan HIV / AIDS (ODHA) saja , tubuh ODHA (ketiak , tiroid di leher , kelenjar kelamin , dan kelenjar lainnya. *Manajemen*, 5(April 2020), 238–267.
- Suryani, R. (2017). *Fungsi Whatsapp Grup Shalihah Cabang Bandar Lampung Sebagai Pengembangan Media Dakwah Dalam Membentuk Akhlakul Karimah*. 23–24. <http://repository.radenintan.ac.id/779/>
- Tonda, F., & Asif Khan, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 305–318. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.213>
- Widyaningsih, H., Yulianti, E., Hernawan, H., & Yusmawati, Y. (2020). *The Impact of Sport Tourism as a Tourism Sector Analysis in Kepulauan Seribu , Indonesia*. 21(Icsshpe 2019), 50–52.
- Zaina, I. (2024). *OBJEK WISATA ATV ADVENTURE INDONESIA informasi yang dibutuhkan agar dapat mempersiapkan segala kebutuhan . Pembuatan*. 3(1), 47–55.

Intelligentia - Dignitas