

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2016). Impact of Online WOM on Destination Trust and Intention to Travel: A Medical Tourism Perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1–10. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.005>.
- Afina, R., Qatrunnada, H., Amabel Kirani, H., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, F., & Gantina, D. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. *Ridha Afina, et.Al*, 6(3), 7–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2302>
- Alfidyah, M. (2025). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Wisata di Era Pasca- Pandemi ". *Jurnal Pariwisata Dan Hospitality Vol. 1 No. 1 September 2025 Hal.8-15*, 1(1), 8–14.
- Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Atmaja, J. P. (2023). Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 151. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2023.v11.i01.p20>
- Budisetyorini, B., Kandahsari, D., & Sarasvati, I. A. M. P. (2017). Strategi Daya Saing Wisata Kota Tua Jakarta. *Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.35590/jeb.v4i1.732>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). This is the Pre-Published Version of the article published in the journal. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Chaffey Dave, C. F. E. (2022). *Eight Edition, Digital Marketing Strategy, Implementation, And Practice*. Pearson Education Limited.
- Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd, dan W. (1998). *Tourism: Principles and Practice, Three Edition*. Logman.
- Creswell, J. W. (2009). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *SAGE Publications* (Vol. 16, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.math.2010.09.003>
- Handayani, M., Mauliani, S. F., Tsani, R. R., & Hartanto, M. (2021). Strategi Pengembangan Potensi dan Sumber Daya Wisata Pantai Kejawanan Kelurahan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk agar Dapat Menjadi Salah Satu Destinasi Wisata Bahari yang Dapat di Andalkan di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Kemaritiman : Indonesian Journal of Maritime*, 2(2), 71–86.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms. *Journal of Interactive*

*Marketing*, 18(1), 38–52.

- Hoesni, T. M., & Saleh, A. (2020). Pengaruh Karakteristik Pengunjung dan Penggunaan Media Komunikasi Pemasaran terhadap Intensitas Kunjungan Agrowisata Taman Bunga Nusantara. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 89–.
- I Made Puja Artana, & Suardana, I. K. P. (2022). Representasi Pemberitaan Kompas.com Tentang Destinasi Wisata Mandalika. *Communicare*, 3(1), 31–40.
- Ihsan Muhammad, T. N. (2020). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara, 6(0), 167–186.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kemenparekraf. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023*. Kemenparekraf RI.
- Khaeril, Mahlia Muis, Jusni, M. (2020). Daya Saing Tujuan Wisata: Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(2), 82–91. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i2.105>
- Kotaro Sugiyama, T. A. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. In McGraw Hill Professional.
- Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, S. I. (2017). *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kotler Philip, A. G. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson/Prentice Hall.
- Kurniawan Ramdhan. (2024). Strategi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Pariwisata Lokal. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 9867–9877.
- Laksana, P. B., Said, A., Publik, J. A., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2013). Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta) (Vol. 3, Issue 1).
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic Word of Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Journal Tourism and Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Liu, C. H. S., & Chou, S. F. (2016). Tourism Strategy Development and Facilitation of Integrative Processes Among Brand Equity, Marketing and Motivation. *Journal Tourism and Management*, 298–308., 54. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.014>

- Luo, Q., & Zhong, D. (2015). Using Social Network Analysis to Explain Communication Characteristics of Travel-related Electronic Word of Mouth on Social Networking Sites. *Journal Tourism Management*, 46, 274–282. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.007>
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (1994). Qualitative data analysis. In *SAGE Publications*. Sage Publications.
- Mistriani, N., & Putra, D. T. (2023). Pemberdayaan Masyarakat berbasis Pemasaran Digital: Paket Wisata Terintegrasi di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 4(3), 2501–2507.
- Moleong, L. J. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya,.
- Mudana, I. G. A. M. G. (2018). Eksistensi Pariwisata Budaya Bali dalam Konsep Tri Hitarakana. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 8(2), 61–68.
- Ningrum, D. P. (2023). Konferensi Nasional dan Call For Paper Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dalam Akun Instagram @kemenparekraf.ri (Tinjauan Teori AISAS terhadap Promosi Produk Wisata Kedaerahan). *Konferensi Nasional FEB Unwahas*, 218–234.
- Nurzakkiyyah, I., Marlioni, L., Henriyani, E., Galuh, U., Pemasaran, S., & Pariwisata, P. (2017). *Strategi Pemasaran Pariwisata Objek Wisata Puncak Upsa Rahong oleh Pokdarwis Desa Sukajaya Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis*. 218–237.
- Oka, Y. (1980). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Pitana, I. G. I. K. S. D., & Diarta, I. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Andi Offset.
- Porter. (1980). *Competitive Strategy. Free Press: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Prof. Dr. Indrianty Sudirman, P. M. I. M. (2023). Strategi Pemasaran. In P. D. Ansar (Ed.), *Intelektual Karya Nusantara (IKN)*. Penerbitan Intelektual.
- Rama, B. (2020). *Tata kelola destinasi wisata: Dan peraturan perundangan pariwisata*. PT Kanisius.
- Ratna Dewi, Musdawina, Ahmady, Z., HR, M., & Sakir, S. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 01–16. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i2.182>
- Ridwan, M. (2020). Upaya Masyarakat dalam Publikasi Destinasi Wisata untuk Peningkatan Ekonomi Desa Leuwikujang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1, 30–45.
- Risda, & Candraningrat. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan

- Daya Saing Destinasi Pariwisata Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pantai Tanjung Jumalai) Risdha Universitas Dinamika. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 215–226.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2011). *A model of destination competitiveness and sustainability*. In *Destination marketing and management: Theories and applications*, (Vol. 24, Issue 7). <https://doi.org/10.1108/ijchm.2012.24.7.1102.2>
- Robert, K. Y. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. In *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.
- Srilian, L. (2019). Eksistensi Sulaman Karawo dalam Menunjang Pariwisata Gorontalo. *Journal.Umgo*, 2(1), 1–12.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suhartapa. (2021). Strategi Pemasaran Digital dalam Persaingan Destinasi Wisata. *Pringgitan*, 2(1), 24–32.
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Astuti, R. (2024). *Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital Tourism di Kabupaten Tapanuli Tengah*. PERSPEKTIF, Vol. 13(3),.
- TBN. (2025). *Company Profile Taman Bunga Nusantara*.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Walakula, Y. benony. (2020). Analisis eksistensi pariwisata Indonesia di tengah situasi pandemi Corona Virus Disease (Covid19). *Noumena Ilmu Sos. Keagamaan*, 1(1), 47–52.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). *Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244–24.
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. In *Bina Ekonomi* (Issue (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga)).
- Yunitasari. (2014). Eksistensi Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Desa Sendang Kabupaten Wonogiri). *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 5(1), 1–10.
- Zakiah, S., Alhadihaq, M. Y., & Hermana, D. (2023). Memberdayakan Wisatawan : Memanfaatkan Kekuatan Pemasaran Digital untuk Pembangunan Pendesaan

Pariwisata Siti Zakiah Fakultas Ilmu Terapan , Universitas Telkom M . Yusuf Alhadihaq Deni Hermana Abstrak. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3271–3287.

Zuhud, M. (2021). Memperkuat Ekonomi Masyarakat Melalui Eksistensi Pariwisata Islam Di Indonesia. *Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 3(2), 69–8.



**UINSSC**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**