

## Daftar Pustaka

- Alang, Y. A. Manafe, J. D., Setyorini, T., (2016) Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. *iaain kudus*, 1-23.
- Asero, & Vanera, T. (2019). The Impact of a Book Festival on a Destination's Tourism Development. *Athens Journal of Tourism*, 179-194.
- Dafid Rudolf, L. M. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendea. *EMBA*.
- Dalimunthe, N. R., & Purwanti, Y. E. (2021). Analisis Keputusan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Saloka Theme Park. *Diponegoro Journal of Economics*, 1-10.
- Evandi, & Nenggolan . (2021). Pengaruh Personal Selling dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea di Surabaya . *Jurnal Manajemen dan Startup Bisnis*, 1-10.
- Fajri D, D. (2020). Penerapan Protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Tatanan Ormal Baru . *Abdimas Pariwisata*.
- Junaidi, N. (2017). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Hotel Grand Rocky Bukittinggi.
- Kasbulloh, A., Aziz, T., Nurdin, Y., & Syuhud , M. (2018). Strategi Pemasaran. *Academia*, 1-12.
- Noor, A. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Philip, K. &. (2008). (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas jilid, 1*.
- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendea. *EMBA*.
- Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *EMBA*, 71-80.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta R & A.
- Sukmadinata, N. S. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Utami , B. S., & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *Dinamika Ekonomi Pembangunan*, -14.

Wiyana, T. A. (2018). Korelasi Antara Event Budaya dengan Citra Destinasi Pada Solo International Performing Arts. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata. Vol 4. No 1*, 24-31.

Yalanda, R. R. (2019). Pengaruh Direct Marketing terhadap keputusan pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee. *Studi Kasus pada konsumen PT Sinar Mayang Lestari*.

<https://accurate.id/marketing-manajemen/direct-marketing-adalah/> diakses pada tanggal 8 November 2022

<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/>

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/136824/analisis-event-marketing-roadshow-pariwisata-pada-potensi-objek-wisata-taman-wisata-mekarsari-di-kabupaten-bogor-tahun-2017.html> diakses pada tanggal 17 Juni 2023

<https://www.readers.id/read/disbudpar-promosikan-produk-ekraf-aceh-hingga-wisata-di-jakarta/index.html> diakses pada tanggal 17 Juni 2023