

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*.
- Jayaningsih, A. R., & Anggreswari, N. P. Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Hidden Canyon Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 1-15.
- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, H. (2004). *Hermawan Kartajaya on Positioning*. Mizan Pustaka.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Martoyo, A., Puspita, G., & Istaro, R. (2022). STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA PADA DESA WISATA TANJUNGPASAR PASCA PANDEMI COVID-19. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 132 - 145. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.3014>
- Nugroho, M. S. (2019). IDENTIFIKASI KOMPONEN PENDUKUNG DAYA TARIK WISATA LOANG BALOQ SEBAGAI WISATA PESISIR DI KOTA MATARAM. *Media Bina Ilmiah*, 13(9), 1619-1628.
- Rangkuti, F. (2011). *Dongkrak Penjualan Melalui Strategy & Competitive Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saraswati, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata di masa pandemi COVID-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138-155.
- Safitri, R., Salim, M., Marta, R. F., & Hariyanti, N. (2022). Peningkatan Wisatawan Masa New Normal: Telaah Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 7(1), 40-64.
- Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.