

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2016). P. media sosial terhadap minat anak di P. B. J. F. (2016). Pengaruh media sosial terhadap minat anak di Pekanbaru. *Jurnal Fisip*, 01(2), 1–23.
- Ahmad, R., & Megayani. (2020). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Shopee 9.9 Super Shopping Day Metode EPIC Model Pada Media Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Prodi Manajemen). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–16.
- Alimin, E. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian pengantar era bisnis modern). Seval Literindo Kreasi.
- Ansori, M. (2020). Metode penelitian kuantitatif Edisi 2. Airlangga University.
- Aristriyono, W. dan. (2019). Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Bafadhal, A. S. (2020). Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Durianto. (2016). Strategi Menaklukan Pasar. Gramedia Pusaka Utama.
- Ellis-Chadwick, C. d. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and practice*.
- Firmansyah. (2019). Pemasaran Produk, Merek, dan Planning. Qiara Media.
- Ghani, Y. A., & Fadlillah, D. M. (2024). Strategi Pengembangan Pemasaran Media Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Wisata Edukasi Kampung Bamboo). *Jurnal Pariwisata*, 11(2), 140–157. <https://doi.org/10.31294/par.v11i2.19983>
- Goeldner, C. R. (2023). *Tourism: Principles, practices, philosophies (13th Edition)*.
- Habaora, F., Riwukore, J. R., & Yustini, T. (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, Dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 103–115. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i22021.103-115>
- Harahap, M. (2018). Tanggapan Pengunjung Terhadap Fasilitas Objek Wisata Rumah Batu Serombou di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 1–8.
- Haryono, D. d. (2019). Strategi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Pemasaran. Bumi Aksara.
- Indoindians. (2022). *5 Top Priority Destinations in Indonesia*. Indoindians.
- Kemenparekraf. (2020). Kontribusi Pariwisata terhadap PDB. kemenparekraf.go.id.
- Musnaini, e. A. (2021). Manajemen Pemasaran. Insan Cendekia.
- Nasution, F. S. P. (2016). *The Effectiveness of Social Media Advertisin Using Epic Ac Nielsen. e-Proceeding of Management*, 3(3), 2664–2671.
- Osin, R. F., Rizky, I., Kusuma, W., & Suryawati, D. A. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (Ntt). 14(1), 60–65.

- Pendit, N. S. (2019). Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Pradnya Paramita.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). PT. Indeks.
- Prautami, I. (2022). Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng pada UMKM di Kota Tangerang. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 153–164. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.6991>
- Rakhmat Haryono, Winda Intan Sari, Librina Tria Putri, A. (2023). Analisis efektivitas promosi menggunakan media sosial pada Taman Wisata Agro Nadiin di sungai Pinang Kabupaten Kampar. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI)*, 5.
- Rangkuti. (2017). *Customer Care Excellent* Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja. Gramedia Pusaka Utama.
- Rusmanah, E., Irawan, A. W., & Andria, F. (2019). Implementasi Digital Marketing Guna Peningkatan Peluang Pasar Produksi Hasil Ternak Puyuh Masyarakat Desa Galuga. *Jurnal ABM Mengabdi*, 6(1), 14–24. www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2018-southeast-asia
- Semarang, U., & Kulon, T. (2022). *Intagram As Social Media And His Role*. 8(3), 415–420.
- Sinaga, E. M. (2019). Statistika: Teori dan aplikasi pendidikan. Yayasan kita menulis.
- Sinambela, L. S. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. PT. Raja Grafindo Perseda.
- Siregar, C. Y. (2017). Fasilitas Pada Ekowisata Danau Naga Sakti Di Kabupaten Siak. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4 No.2, 5–24.
- Stanton, W. J. (2018). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.
- Sudarsosno, H. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D CV. Alfabeta.
- Sunaryo. (2020). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Gava Media.
- Suryaningsih, I. B., & Widi Nugraha, K. S. (2019). Epic Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Domestik. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 8–16. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.8-16>
- Tjiptono. (2020). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru.
- Tribunjabar.id. (2024). Gardenia Park Cilember, Objek Wisata Baru yang Menyuguhkan Segudang Wahana di Cisarua Bogor. Tribunjabar.id.
- Tuten, T. L. (2015). *Sosial Media Marketing*. Sage Publication.
- Wicaksono, A. S. dan D. P. (2023). Pemasaran Digital.
- Yudha, M., Sultan, S., Kunci, K., Informasi, S., & Model, E. (2020). Analisis Efektivitas Iklan Dewarumah Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Metode EPIC Model (Emphaty, Persuasion, Impact and Communication). *Jurnal*

Ilmiah Komputasi, 19(3), 301–308. <https://doi.org/10.32409/jikstik.19.3.57>

Zaif Mahdiono Ramadhan, N., Anisatur Rosyidah, U., & Mifathur, R. (2023). Analisa Engagement Rate Untuk Optimalisasi Pemasaran Di Instagram Pada UMKM Online Berbasis Website Engagement Rate Analysis for Marketing Optimization on Instagram on Website-Based Online MSMEs. *Jurnal Smart Teknologi*, 4(3), 274–284. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JST>