

DAFTAR PUSTAKA

- Andria, F., Selatan, A. I., Nuramanah, S., Sunarzi, M., Tosida, E. T., & Okysaputra, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Gaya Modern di Era Disruptif Teknologi di UKM Batik New Normal Bogor. *Jurnal Internasional Bisnis, Ekonomi, dan Pembangunan Sosial*, 3(2), 71–75.
- Anastasia, T. C., & Syaharani, T. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada Kafe Terakota 114 di Bekasi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(04), 448-454.
- Ardhoyo, N. A. W., et al. (2023). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* dalam Komunikasi Pemasaran pada Era *New Wave Marketing*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 294-308.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Aurachman, R. (2019). Proses Pengambilan Data pada AHP (*Analytical Hierarchy Process*) menggunakan Prinsip *Closed Loop Control System*. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 6(1), 55-64.
- Cindy, C., & Zai, I. (2025). Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Asing Da Xiong Shao Kao di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 1927-1933.
- Eko, A. D. (2022). Strategi Promosi Berbasis Sosial Media Guna Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan di Tuk Gong Adventure Kabupaten Magelang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2), 91-96.
- Firmansyach, Y. F. N., & Marhendi, M. (2024). Efektivitas Program *Direct Marketing* Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 448-457.
- Gozali, N. F., Farkhatin, N., & Frastian, N. (2024). Sistem Pendukung Keputusan dalam Pemilihan Hotel Terbaik di Jakarta Selatan Menggunakan Metode AHP. *Jurnal Rekayasa Komputasi Terapan*, 4(03), 257-265.
- Hendra, H., et.al. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Lazada. Co. Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 78-89.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Ipnuwati, et al., (2018). Pemilihan Cafe Terbaik menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). *Jurnal Management Sistem Informasi dan Teknologi*, 8(1), 29-30.
- Irianto, I., Sudarmin, S., & Adinsyah, G. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode AHP Untuk Merekomendasikan Guru Berprestasi. *Journal of Science and Social Research*, 5(2), 376-380.
- Isnaningsum, I., Nadeak, T. E. Y., & Mustari, D. (2024). Penerapan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) Sistem Pendukung Keputusan dalam Pemilihan Hotel Terbaik Berbasis Java. *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 8(2), 752-763.
- Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 37(5), 567–579.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Madji, S., et al. (2019). Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3998-4006.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. Materi Tutorial Online EKMA 4216 Manajemen Pemasaran Universitas Terbuka, 57-63.
- Muniarty, P., et al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Mursitama, Tirta. (2020). Tujuan Penelitian: Eksploratif, Deskriptif, Eksplanatif, dan Evaluatif. ir.binus.ac.id.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36.
- Nugraha, R. N., et.al. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 45-54.
- Nursanti, S. (2021). Strategi Daya Saing Pasar Semi Modern Cicurug Kabupaten Sukabumi Melalui Penerapan *Digital Disruption* Dengan *Analytical Hierarchy Process* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).

- Parhusip, J. (2019). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada Desain Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Calon Penerima Bantuan Pangan *Non Tunai* (BPNT) di Kota Palangka Raya. *Jurnal Teknologi Informasi*, 13(2), 18–29.
- Permana, C.S., et al. (2020). Penerapan Konsep *Green Architecture* dalam Perancangan Hotel *Resort* di Kabupaten Tasikmalaya. *Undagi: Jurnal Ilmiah Jurusan Arsitektur Universitas Warmadewa*, 8(2), 82-94.
- Permatasari, K., & Prawitasari, P. P. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Influencer*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Kayon *Resort*. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 45–55.
- Pradana, B. G., & Andarwati, M. (2022). Strategi *Influencer Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Konsumen ke Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis UMY*, 9(2), 112–120.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21-24.
- Riki, R., et al. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peranan sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98-105.
- Seharja, S., et al.. (2023). Potensi Bisnis Hotel sebagai Trend Staycation dalam Mendukung Pertumbuhan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 267-275.
- Septilia, H.A., et al. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Dana Bantuan menggunakan Metode AHP. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(2), 34-41.
- Sinta, N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Pagendingan. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV Pustaka Abadi.
- Sugiarto, K. A., Nuruddin (2024). Analisis Keterkaitan Akomodasi Wisata Dengan Pariwisata Berkelanjutan di Banyuwangi. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 10(1), 16-22.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, S., Mayasari, N., Rohim, M., & Boari, Y. (2023). Evaluasi Keputusan Kelayakan Bonus Karyawan menggunakan Metode AHP-WP. *Jurnal Krisnadana*, 3(1), 49-58.
- Tosida, E. T., Muhaimin, A., Hidayat, M., & Andria, F. (2020). *Memperkuat Daya*

Saing Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal Melalui Digital Tourism Kolaborasi Pendidikan. 10–14.

- Wanto, A., & Kurniawan, E. (2018). Seleksi Penerimaan Asisten Laboratorium Menggunakan Algoritma Ahp Pada Amik-Stikom Tunas Bangsa Pematangsiantar. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 3(1), 11.
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata, dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Esensi*, 7(2), 261-276.
- Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). *Digital Marketing Communication Strategy* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* KIMO Resort Pulau Banyak Aceh Singkil.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (*Literature Review*). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- Yanto, M. (2021). Sistem Penunjang Keputusan dengan menggunakan Metode AHP dalam Seleksi Produk. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 167-174.