

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiputra, Y. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Bidang Bakery. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo, 131–136. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/teknik/article/view/688>.
- Abdul Aziz, R., Turmudi, H., Saputro, I. A., Widiyanti, I. S., & Widiyanti, S. (2024). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Obyek Wisata Janti Park Kabupaten Klaten Optimizing Social Media as a Digital Marketing Strategy for the Janti Park Tourist Attraction Klaten Regency. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(02), 131–138.
- Abdullah, R., & Prihastuti, Y. (2022). Penerapan manajemen operasional paket wisata *Tailor Made Tour* di PT. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 77–96. <https://doi.org/10.36594/jtec/85q06m80>
- Agus, & Masri Ridwan. (2024). Pemetaan Objek Wisata Alam Kabupaten Kepulauan Selayar Berbasis Sistem Informasi Geografis Arcgis 10.5. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, March, 45–50. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v1i1.12>
- Ahmad, A. S., & Ali, H. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran: Analisis produk, tempat dan promosi (Literature review manajemen strategik). *JMPD: Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148.
- Alfred, D. Chandler, Jr. (2022). *Strategy and Structure : Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass : Mit Press.
- Al Imran, Jumadi M Parenreng, & Ahmad Wahyudi. (2022). Pengembangan Sistem Pencarian Objek Wisata Kepulauan Selayar Yang Terintegrasi Mode Transportasi Dan Akomodasi. *Information Technology Education Journal*, 1(2), 73–77. <https://doi.org/10.59562/intec.v1i2.241>
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Amri, A. I. S., & Yuliusman. (2023). Pemberian kualitas pelayanan jasa dan penetapan harga yang dilakukan PT. Romi Tour and Travel dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 12(1), 249–262.
- Apriliatumuwan, A., Sumampouw, H., & Tampi, J. R. (2023). Pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan pada PT. Jumbo Swalayan di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2023(1).
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis pengaruh marketing mix 7P terhadap keputusan pembelian (Studi pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2). <https://doi.org/10.47492/jip.v3i2.1751>
- Cahyavika Aldu, M. P., Sudana, I. P., & Dewi, L. G. L. K. (2023). Strategi pemasaran paket wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Desa Wisata Tista, Kerambitan, Tabanan. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(2), 109–116.

- <https://doi.org/10.24843/IPTA.2023.v11.i02.p12>
- Chamdani, U. (2020). Kepariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 11–15.
<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/18072>
- Chandler, A. D. (2022). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. Doubleday.
- Cristien F, C., Aksa, K., & Yahya, I. (2024). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Ujung Suso Di Kabupaten Luwu Timur. *Journal of Urban Planning Studies*, 4(3), 278–285. <https://doi.org/10.35965/jups.v4i3.535>
- Christin, A., Putri, G. S., Trikoryanti, L., Fajri, M., Nugraheni, N. C., Nikma, W., & Riofita, H. (2024). Analisis penggunaan label halal terhadap minat masyarakat dalam membeli produk minuman Momoyo di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 67–72.
<https://doi.org/10.62017/jemb>
- Damayanti, H. J. (2017). Faktor yang mempengaruhi penjualan produk PT Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Smart*, 1(2), 46–58. <http://stmb-multismart.ac.id/ejournal>
- Dwiputrianti, S., Purba, C. O., Yusuf, R., Meilinda, Herawati, D., & Atur Rejeki, P. W. (2025). Meningkatkan pariwisata gedung heritage Kota Bandung melalui optimalisasi digital marketing Balai Pertemuan Bumi Sangkuriang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 125.
- Emzir. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data. Jakarta: Rajagrafindo.
- Fitriana, Mira, Ernawati, Rieska & Astuti, P.K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Wisata CV. SKR Tour & Travel di Era New Normal. *Jurnal INTECH Teknik Industri*, 7(2).
- Fauzi, A., Prayogo, A., Luthfiana, H., Pertama, N. A., Setyawati, P., & Rahellea, S. L. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dalam unit yang diperlukan untuk mencapai target laba pada perusahaan dagang: Produk, harga dan promosi (Literature review akuntansi manajemen). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 12–20.
- Feriyadin, Ray March Syahadat, Hanni Adriani, Marjan Bato, F. S. S., James Sinurat, Eka Rizki Meiwinda, Rizki Nurul Nugraha, D. T. A., Lenny Kurnia Octaviani, R. Zicky Chandra Kesuma, M. Z. D., & Polapa., F. S. (2024). *EKOWISATA PERAIRAN*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (Sikap dan pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Fitri, A., Hasbiullah, H., & Rusydi, B. U. (2021). Analisis dampak variabel pariwisata terhadap pengembangan sektor pariwisata di kabupaten kepulauan selayar. *Journal of Regional Economics*, 02(02), 61–69.
- Fitriana, M., Rieska Ernawati, & Astuti, P. K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Wisata CV. SKR Tour & Travel di Era New Normal. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 157–165.
<https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3988>
- Haerawan, & Magang, Y. H. (2019). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran alat rumah tangga di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(2), 175–184.

- Hamzah, Faizal. (2024). Strategi Pemasaran Paket Wisata Melalui Media *Online* pada Belitung Cantik *Tour and Travel* Jurnal Sains Manajemen, 6 (2)
- Hartati, M. H. (2023). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Swot di CV. Sekar Sari Roti Pekanbaru. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 2(2), 138–147. <https://doi.org/10.24014/jti.v2i2.5100>
- Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The Business of Tourism* (11th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, P., Kadang, J., & Adda, H. W. (2023). Strategi marketing mix untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha Toreko. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.657>
- Luturlean, B. S., & Se, M. M. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*.
- Nikma, W., & Riofita, H. (2024). Pengaruh efektivitas strategi digital marketing dalam meningkatkan brand awareness. *Ekonodinamika: Jurnal Ekonomi Dinamis*, 6(2). <https://journalpedia.com/1/index.php/jed>
- Ningsih, D.D.S dan Maika, M.R. (2020). “Strategi BauranPemasaran Dalam 4P Menentukan Sumber Modal Usaha SyariahPedagang Pasar di Sidoarjo”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03).
- Putri Mulyana, S., & Triswati, F. (2019). Tanggung Jawab Biro Perjalanan Wisata Dalam Perjanjian Perjalanan Wisata (Studi Di Pt. Tiga Bidadari Wisata, Lombok). *Kajian Masalah Hukum Dan Pembangunan Perspektif*, 24, 1410–3648.
- Permana, R. A. (2017). Perancangan strategi promosi di perusahaan Indosea Tour and Travel. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 342–350.
- Permata, F., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., Efdison, Z., Rahmayani, M. W., Sudrajat, J., Syamil, A., Iswahyudi, M. S., Nurcahyo, R., Pabulo, A. M. A., & Chatra, M. A. (2020). Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus). In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., Putri, D. M. B., Tanjung, R., Djumaty, B. L., Suwandi, A., Nasrullah, Simarmata, J., Handiman, U. T., Nuria, H., Simanjuntak, M., Purba, B., & Sudarmanto, E. (2021). Inovasi Desa Wisata Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Rusdi, J. F. (2019). Peran Teknologi Informasi Pada Pariwisata Indonesia. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 2(2), 78–118. <https://doi.org/10.32627/aims.v2i2.336>
- Sairo, H., Sumampouw, H. J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan produk ikan kaleng Isabella pada PT. Sinar Purefoods Internasional Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2)
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N.,

- Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Singgalen, Y. A. (2025). Performance analysis of IndoBERT for sentiment classification in Indonesian hotel review data. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 6(2). <https://doi.org/10.47065/josh.v6i2.6505>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Suryana, A., Martianto, D., & Baliwati, Y. F. (2021). Consumption, elasticity and demand estimation of animal sources food in Indonesia. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2), 168–179. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v5i2.9905>
- Veronica, & Rivabelle, E. (2024). Peranan Aerotravel dalam mendukung keberlanjutan pariwisata sebagai biro perjalanan wisata. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(2), 139–155.
- Wulandari, D. F., Zaid, S., & Sinarwaty. (2019). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan konsumen (The effect of marketing mix on consumer decision). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO)*, 3(1), 63–76. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JUMBO>