

DAFTAR PUSTAKA

- Ag & Fsr. (2021). Pengembangan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi> (Diakses pada tanggal 10 Desember 2025)
- Apriani, A. (2024). Implementasi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Sebagai Dasar Pedoman Dalam Pengembangan Pariwisata Di Indonesia. 3(3), 573–580.
- Banjarnahor, Astri Rumondang, dkk. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 87.
- Destiana, Malihah, dkk. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Baros Kabupaten Bandung. Syntax Idea, p-ISSN: 2684-6853, e-ISSN: 2684-883X, Vol. 4, No. 2.
- Duncan, T. (2002). IMC: Using advertising and promotion to build brands. New York: McGraw-Hill. <https://www.sciepub.com/reference/270461>
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, Agusty. (2002). Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen. Semarang: BP. Undip.
- Ghozali, Imam. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Keempat). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibani, Siti Fatimah, dkk. (2024). Positivisme: Konsep, Perkembangan, Dan Implementasi Dalam Kajian Ilmu Pengetahuan Dan Hukum. CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan, 4(4), P-ISSN: 2774-8030, E-ISSN: 2774-8030. <https://jurnalp4i.com/index.php/cendekia>
- Inskeep dalam Dzatini, Arin Nabila & Widiyastuti, Dyah. Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. <https://media.neliti.com/media/publications/260722-none-3b13b66c.pdf>
- Jayaningsih, A. A. Raka. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Hidden Canyon Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 3(1), 56.

- Kotler, Philip, & Susanto, AB. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education/Prentice Hall.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cet. 1)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cet. 4)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Murdiyanto, E. (2011). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. *Sepa*, 7(2), 91–101.
- Ozer, M., Can, A. S., Ekinci, Y., & Ozer, A. (2025). Leveraging Cittaslow Promotion on Social Media to Enhance Tourists' Behavioral Responses Toward Small Urban Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/00472875241311550>
- Rep Guh. (2026). Kunjungan Wisatawan di Jabar Alami Kenaikan. <https://www.jabarprov.go.id/berita/kunjungan-wisatawan-di-jabar-alami-kenaikan-22684> (Diakses pada tanggal 10 Januari 2026)
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish. <https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK7363/pengantar-ilmu-komunikasi>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surapranata, Sumarna. (2004). *Analisis, Validitas, Reliabilitas, dan Interpretasi Hasil Tes: Implementasi Kurikulum 2004*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarunajaya, Sukmadi, dkk. (2023). Analisis Kualitas Daya Tarik Wisata Desa Alam Endah. *Open Journal Systems*, 18(2).
- Tustini, & Suardana. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Desa Suranadi Kabupaten Lombok Barat, NTB. *Journal of Governance Innovation*, 6(2), P-ISSN: 2656-6273, E-ISSN: 657-1714. DOI: 10.36636/jogiv.v6i2.4482
- Vanga, Damayanti, Putri, dkk. (2025). Beyond Recovery: Toward Transformation in Indonesia's Tourism Resiliency. <https://kemenpar.go.id/penelitian/tourism-snapshot-vol1-no1-2025-beyond-recovery-toward-transformation-in-indonesias-tourism-resiliency> (Diakses pada tanggal 2 Desember 2025)
- Wang, Y., & Han, W. (2022). The Influence of Destination Promotion Videos on Residents' Sense of Empowerment and Support for Tourism. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221106730>
- Yuliana, Ria. (2019). *Pengembangan Digital Tourism Destination Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata (Studi Tentang Optimalisasi Program Lampung*