

DAFTAR PUSTAKA

- A, Morissan M. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Planoearth*, 3(2), 57-62. Diakses dari <https://doi.org/10.31764/jpe.v3i2.600>.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI*. Bandung: Media Neliti .
- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Januari 2020 mencapai 1,27 juta kunjungan (25th ed.). Jakarta: Berita Resmi Statistik. Tersedia dalam <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/03/02/1712/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-januari-2020-mencapai-1-27-juta-kunjungan-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019* (13th ed.). Jakarta: Berita Resmi Statistik.
- Bank Mega. (2021, Januari 17). Performa Positif Ditengah Tantangan Perekonomian Laba Bersih Meningkat 50 % Menjadi Rp3,01 Triliun. *Siaran Pers Bank Mega*. Diakses dari https://bankmega.com/media/filer_public/bb/76/bb761a47-37f2-4372-9a8b-8f34a159b333/pe_2021_-_laba_bersih_bank_mega_naik_50_menjadi_rp3_triliun.pdf
- Bappeda Jabar. (n.d.). *BAPPEDA JABAR JUARA*. Diakses pada 7 Oktober 2022, dari <http://bappeda.jabarprov.go.id/>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: an integrated marketing communication perspective* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education
- Bungin, B. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2018). Pengaruh Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada

- Bisnis *Tour & Travel* di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal LP3M STIEBANK Yogyakarta*, 6, (2).
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Eko Sugiarto. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Thesis dan Tesis*. Yogyakarta: Media Sanctuary.
- Fazio, L. D. (2021, October 4). *The Definitive Guide to the 8ps of marketing mix for SME's - look deeper marketing*. Look Deeper Marketing - Small Business Marketing Services. Retrieved 31 Januari 2023, from <https://www.lookdeepermarketing.com.au/definitive-guide-8ps-marketing-mix/>
- Fotiadis, A., Polyzos, S., & Huan, T. C. T. C. (2021). The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Tourism Research*, 87(103117). Diakses dari di <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117>
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events*. New York: John Wiley and Sons
- Ismi, T. (2022, March 23). Word of mouth marketing: Apa Itu, Pilihan Strategi, Dan Keuntungannya. *Glints Blog*. Diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/word-of-mouth-adalah/#.Y0UoHC0Royk>
- Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2018). *Iklannya Direvisi Dulu Lur!*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Kartika, D. A. (2022, September 30). Kinerja Bank: Kuartal III/2022, LABA Bank Mega Tumbuh 4,36%. *Dataindonesia.id*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/kinerja-bank-kuartal-iii2022-laba-bank-mega-tumbuh-436>
- Kartiko, N. D., & Pajak, D. J. (2020). Insentif pajak dalam merespons dampak pandemi COVID-19 pada sektor pariwisata. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 2, 124.
- Kemenparekraf. (2020). *Rencana Strategis Kemenparekraf 2020 - 2024*. Kemenparekraf, 1–136.
- Kotler, P. & Armstrong, G. M. (2016). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1 & 2 (12th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2018). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid 1 & 2 (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid I (15th ed.)* Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, H. (n.d.). *IMC (Integrated Marketing Communication) BESERTA STRATEGI ... - jojonomic*. Diakses 1 Januari 2023, from <https://www.jojonomic.com/blog/imc/>
- Levinson, J. C. & Lautenslager, A. I. (2014). *Guerrilla Marketing in 30 Days (3rd ed.)*. United States of America: Entrepreneur Press.
- Lincoln, Y. S., Lynham, S. A., & Guba, E. G. (2011). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences, revisited. *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 4, 97-128.
- Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi (*New Normal Tourism As a Support of National Economic Resistance in the Pandemic Period*). *Jurnal Kajian LEMHANNAS RI*, 8(14). Tersedia di <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/artic le/view/87>
- Malhotra, N. K., & Satyabhusan Dash. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation 7th Edition*. India: Pearson India Education Services Pvt, Ltd.
- Miles, M. B., & Hubberman, A. M. (1992). Analisis Data Kualitatif. Rohidi, T. R., (Terjemahan). Jakarta: UI-Press.
- Montgomery, D. B. & Urban, G. L., (1974). *Management Science in Marketing*. New Delhi: Prentice Hall of India Private Limited.
- Morissan. (2016). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Neuman, W. Lawrence. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitaif*. Jakarta: PT Indeks.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al- Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185–193. Tersedia di <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>.
- Nizar, A. Alfi (2015). Tourism Effect on Economic Growth in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 7(65628), 1–25. Tersedia di <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/65628/>
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian: Tesis, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana

- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism A Modern Synthesis (5th ed)*. London: Routledge.
- Paramita, Sinta. (2015). Entrepreneurship And Communications Tourism In Yogyakarta Indonesia. *Proceeding The Fourth International Conference on Entrepreneurship and Business Management*, ICEBM 2015, 56-59.
- Pitanatri, P. D. S. (2020). Wisatawan Flashpacker: Sebuah Pendekatan Epistemologis. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(1), 77. Diakses dari <https://doi.org/10.24843/JUMPA.20>.
- Pitanatri, P. D. S., & Putra, I. N. D. (2016). *Wisata Kuliner Atribut Baru Destinasi Ubud*. Denpasar: JagatPress.
- Puspawati, D. P., & Ristanto. (2018). Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1-20. Diakses dari <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>.
- Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 06(02). Diakses dari: <https://doi.org/10.4172/21626359.1000403>
- Sahara, N. (2022, November 14). Bank Mega Bidik Transaksi RP 100 Miliar Pada Mega Travel Fair. *investor.id*. Diakses dari <https://investor.id/finance/307634/bank-mega-bidik-transaksi-rp-100-miliar-pada-mega-travel-fair>.
- Sanaubar, G., Hidayat, W., & Kusuma, H. (2018). Pengaruh Potensi Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Perhotelan di 9 Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur Tahun 2012-2015. *Jurnal Ekonomi*, 1(3), 324-339.
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th Ed)*. United Kingdom: Wiley
- Shimp, Terence A. & J.Craig Andrews. (2018). *Advertising, Promotion and other Aspects of Intergrated Marketing Communications*. South Western: Cengage Learning
- Sidik, S., & CNBC Indonesia. (2021, Juli 23). Dihantam Pandemi, Ini Ramalan Bos BCA soal Laju Kredit-NPL. *Berita Market CBCN Indonesia.com*. Diakses dari: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210723082052-17-262981/dihantam-pandemi-ini-ramalan-bos-bca-soal-laju-kredit-npl>.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2020). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163. Diakses dari: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>.

- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran*. (Yohanes, Terjemahan). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Stevenson, R. L. (2010). *Everyone lives by selling something*. Golden Book Edition.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. Z., Aziz, M. N. A. A, Bakar, M. H. A., Halili, N. A., & Azuddin, M. A. (2020). Matterport: Virtual Tour as A New Marketing Approach in Real Estate Business During Pandemic COVID-19. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 502, 1–6.
- Sujai, M. (2016). Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Menarik Kunjungan Turis Mancanegara. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 20(1), 61–76.
- Supriyatna, I. (2022, September 26). Genjot Industri Pariwisata, Bank mega Dan Antavaya Kembali gelar travel fair. *suara.com*. Diakses dari <https://www.suara.com/bisnis/2022/09/26/100945/genjot-industri-pariwisata-bank-mega-dan-antavaya-kembali-gelar-travel-fair>
- Surwiyanta, A. (2003). Dampak pengembangan pariwisata terhadap kehidupan budaya dan ekonomi. *Media Wisata*, 2(1).
- TIM KONTAN & Gozal, R.P. (Eds). (2022, February 9). 4 Sektor Industri Terdampak COVID-19, Apa Saja?. *Seremonia kontan.co.id*. Diakses dari <https://seremonia.kontan.co.id/news/4-sektor-industri-terdampak-covid-19-apa-saja>.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, F, Chandra G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook (1st ed.)*. Madrid. Spain: World Tourism Organization (UNWTO)
- Utami, R. C. (2016). Analysis of the Competitiveness of Indonesia Tourism Price Compared to the Competitors (Demand Elasticity Approach). *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 17.
- Wamad, S. (2022, September 30). Yuk ke Mega Travel Fair Bandung, Banyak Promo Menarik. *Kolom Bisnis detikJabar detik.com*. Diakses dari:

<https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6322030/yuk-ke-mega-travel-fair-bandung-banyak-promo-menarik>.

Warmayana, I. G. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya Jurnal Ilmiah, Agama dan Budaya*. DOI: 10.25078/pba.v3i2.649

Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Universitas Airlangga Surabaya. Diakses dari https://drive.google.com/file/d/1O-xx_R6cWj1Y_FczIex8/view?usp=drivesdk.

Zikmund, W., & Barry, B. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.

