

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Irawan, Faried Wijaya, Sudjoni. (1996). *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta: BPFE.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Pratama, I Putu Agus Eka. (2020). *Social Media dan Social Network*. Bandung: Informatika.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, Efendi. (2015). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku dan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. (1985). *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Mardhiyani, Nur Laili. (2020). "Tourism 4.0: Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kota Semarang". *Jurnal Kajian Media*. Vol. 4 No.1. hal. 50.  
[https://www.researchgate.net/publication/342450110\\_Tourism\\_40\\_Strategi\\_komunikasi\\_pemasaran\\_pariwisata\\_kota\\_semarang](https://www.researchgate.net/publication/342450110_Tourism_40_Strategi_komunikasi_pemasaran_pariwisata_kota_semarang)

## **Skripsi**

Amartin, Litta Ayu. (2018). “Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata Banten”. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang – Banten.

<http://repository.fisip-untirta.ac.id/1106/1/LITTA%20AYU%20AMARTIN%20-%20Copy.pdf>

Anggraeni, Reni Nur. (2018). “Pengaruh Promosi Kafe Sobaholic di Instagram terhadap Minat Berkunjungi”. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

[http://repository.fisip-untirta.ac.id/1134/1/Skripsi%20RENI%20NUR%20ANGGRAENI\\_6662112450%20-%20Copy.pdf](http://repository.fisip-untirta.ac.id/1134/1/Skripsi%20RENI%20NUR%20ANGGRAENI_6662112450%20-%20Copy.pdf)

Chairunnisa, Siti. (2013). “Efektivitas Media Promosi Dalam Komunikasi Pemasaran Agrowisata Kampoeng Air Katulampa Bogor”. Skripsi: Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.

<https://docplayer.info/83665812-Efektivitas-media-promosi-dalam-komunikasi-pemasaran-agrowisata-kampoeng-air-katulampa-bogor-siti-chairunnisa.html>

Kiswanto, Anjar Hari. (2011). “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang”. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

<https://lib.unnes.ac.id/5883/1/7584.pdf>

Rahmawati, Dewi. (2016). “Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online”. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

[http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)

Tambunan, Debby Laura. (2016). “Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta”. Skripsi: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

<http://repository.stp-bandung.ac.id/bitstream/handle/123456789/203/201218085-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Mayfield, Anthony. (2008). What is Social Media. iCrossing.  
[https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)  
diakses pada 3 Maret 2019 pukul 12.30
- Paath, Carlos KY. (2019). Pariwisata Jadi Sektor Prioritas Unggulan Pemerintahan Jokowi. Beritasatu.  
<https://www.beritasatu.com/asnie-ovier/gaya-hidup/580280/pariwisata-jadi-sektor-prioritas-unggulan-pemerintahan-jokowi#:~:text=Menteri%20Pariwisata%20Arief%20Yahya%20mengatakan,leading%20sector%20pembangunan%20ekonomi%20nasional.&text=Kedua%2C%20pariwisata%20menjadi%20yang%20terbaik,lain%2C%22%20kata%20Arief%20Yahya.>  
diakses pada 2 September 2020 pukul 14.00
- Puspitasari, Wuryanti. (2019). Ini Tiga Alasan Mengapa Promosi Digital Obyek Wisata Menjadi Penting. ANTARA.  
<https://www.antaranews.com/berita/1007568/ini-tiga-alasan-mengapa-promosi-digital-objek-wisata-menjadi-penting>  
diakses pada 19 Agustus 2020 pukul 18.00
- Red. (2019). Kota Semarang Jadi Destinasi Wisata Paling Banyak Dicari di Google. Suara Merdeka.  
<https://www.suaramerdeka.com/travel/baca/157515/kota-semarang-jadi-destinasi-wisata-yang-paling-banyak-dicari-di-google>  
diakses pada 16 Januari 2020 pukul 23.06.
- Sakti, Guntur. (2019). Siaran Pers Menpar Promosikan Kota Semarang Sebagai Destinasi Wisata Berkelas Dunia. Kemenparekraf.  
<https://www.kemendikbud.go.id/post/siaran-pers-menpar-promosikan-kota-semarang-sebagai-destinasi-wisata-berkelas-dunia>  
diakses pada 10 Agustus 2020 pukul 20.00.
- SuaraMerdeka.com. (2019). Hendi Minta Promosi Wisata Terus Ditingkatkan. Suara Merdeka.  
<https://www.suaramerdeka.com/smcetak/baca/157362/hendi-minta-%09promosi-wisata-terus-ditingkatkan>  
diakses pada 19 Agustus 2020 pukul 18.00
- Wahyuni, Noor. (2014). Uji Validitas dan Reliabilitas. Universitas Binus.  
<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/uji-validitas-dan-reliabilitas/>  
diakses pada 27 April 2020 pukul 15.30