

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Nurul (2020) *Persepsi Followers @Parentalk.id Terhadap Akun Instagram Parentalk.id Sebagai Media Informasi Parenting, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur*
(<http://repository.upnjatim.ac.id/view/creators/ANISA=3ANURUL=3A=3A.htm>
1 diakses pada April 2023)
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bimo, Walgito. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Elizabeth, Meiliyana. 2018. *Aisas Model*
<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/aisas-model/> (diakses pada 16 Februari 2023)
- Ghaisani, C. O., & Afifi, S. (2022). *The implementation of digital marketing communication strategy in cultural tourism: a case study in Yogyakarta*. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 15(1), 66-86.
- Helpiastuti, Selfi Budi. 2017. *Media Sosial dan Perempuan (Analisis Wacana Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan dalam Prosiding Seminar Nasional Gender dan Budaya Madura III*.
<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle> (diakses pada Maret 2023)
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296> (diakses pada April 2023)
- Kotler, P., J. Bowen, dan J. Makens. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisata* Edisi Kedua. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Marpaung, Happy dan Herman Bahar. 2002, *Pengantar Pariwisata*, Bandung:

Alfabeta.

Mayasari, Diannor 2014. “*Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan*”. Skripsi S-1 Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Komputindo.

Ramadhania, Rizka (2022). *Persepsi Followers Instagram @locknlockindonesia Terkait Aktivitas Content Marketing #BawaTumblerSendiri*, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Jakarta (<https://repository.bakrie.ac.id/6301/> diakses pada April 2023)

Robbins, Stephen. P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia

Slameto. 2010. *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugandini, D., Susilowati, C., Siswanti, Y., & Syafri, W. (2020). *Green supply management and green marketing strategy on green purchase intention: SMEs cases*. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 13(1), 79-92. (<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/261708/1/1693142147.pdf> diakses pada April 2023)

Sugandini, Dyah Irhas Effendi, Mohamad and Sri Utami, Yenni and Sasmito Aribowo, Agus (2018) *DESTINATION IMAGE PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS PADA DESA WISATA DI WILAYAH SLEMAN, DAERAH ISTIMEWAYOGYAKARTA* (<https://eprints.upnyk.ac.id/18257/> diakses pada April 2023).

Sugiyama, K., & Andree, T. 2011. *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Syaiful Rohim, Haji, 2009. *Teori Komunikasi: Persepsi & Ragam Aplikasi*, Rineka Cipta, Jakarta.

Tohirin. 2012. Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tim Penyusun, 2022. Data Statistik Kepariwisataaan Daerah Istimiewa Yogyakarta Tahun 2021 <https://visitingjogja.jogjaprov.go.id/webdinas/download/statistik-kepariwisataan-diy-tahun-2021/> (diakses pada 10 Maret 2023)