

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp Terence. (2003). Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga.
- Aboe, M. R. (2020). Penggunaan Media Video Dalam Pembelajaran SPEAKING. *Jurnal Penelitian Humano*, 11(1), 33–38.
- Agustiningsih. (2013). “ VIDEO ” SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA PEMBELAJARAN DALAM RANGKA Mendukung Keberhasilan Penerapan Kurikulum 2013 Di Sekolah Dasar Agustiningsih 8. 4, 55–68.
- Amstrong, Kottler., (1997), “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Erlangga, Jakarta.
- Ardianto, H. (2016). *Perancangan Video Promosi “ Mengenal Sejarah di atas Rel ” Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana. 692011041.*
- Arikunto, Suharsimi. (2014). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Biagi, Shirley. (2010). Media/Impact : Pengantar Media Massa. Jakarta : Salemba Humanika.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik* Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157.
- E.Catur Rismiati dan Ig. Bondan Suratno. (2001). Pemasaran Barang dan Jasa, Kanisius. Yogyakarta.
- Herdiansyah, Haris. (2010). Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, H., & Ghani, A. Y. (2018). *GEOWISATA Solusi Pemanfaatan Kekayaan Geologi yang Berwawasan Lingkungan.*
- I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diarta. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.
- JR, F. (2019). ANALISIS PERANCANGAN PRODUK ALAT PENCETAK SPASI SEMEN BATU BATA UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS (Studi Kasus: CV. Mangku Putra). *Jurnal Tekno*, 16(1), 58–68. <https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.361>
- Keegan, Warren J. Mark C. Green. (2008). Global Marketing. United States of America : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2018). *Marketing Mix: Selected Chapters From: Principles of Marketing, Philip Kotler and Gary Armstrong.* 7–29.
- Kotler, Philip. (1997), Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid

satu.Jakarta: Prentice Hall.

- Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- kurtz. (2008). *Strategi Pemasaran Pt Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan*. 7–27. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10783>
- Lewis, B.K. (2010). Social Media and Strategic Communication : Attitudes and Perceptions Among College Student. *International Journal of Public Relation Society of America*.
- Lubis, Arlina. (2004). *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Basnis*. Fakultas Ekonomi Manajemen. Sumatra Utara.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Patricia, E. (2020). Perancangan Kawasan Wisata Pulau Lusi Dengan Pendekatan Ecological Landscape Design Tugas. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret 201*, 2(1), 41–49.
- Philip Kotler dan Gerry, & Armstrong. (2010). *Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling Terhadap Persepsi Konsumen Rajasa Dinamika Exress Prkan Baru*. 9–30.
- Rachman, T. (2018). Perancangan Video Promosi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(1), 29–44. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/535>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Rhenald Kasali, (2001). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Hlm 51.
- Sri Rahayu Budiani, Windarti Wahdaningrum, Dellamanda Yosky, Eline Kensari, Hendra S Pratama, H., & Mulandari, Heru Taufiq Nur Iskandar, Mica Alphabettika, Novela Maharani, Rizka Fitria Febriani, Y. K. (2018). Deteksi Luasan Mangrove Teluk Youtefa Kota Jayapura Menggunakan Citra Analisis Perubahan Potensi dan Strategi Pengembangann Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Landsat Multitemporal. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170–176. <https://doi.org/10.22146/mgi>.

- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. 252.
- Stanton, William J., (2008), Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wigstrom, E., & Wigmo, J. (2010). Social Media Marketing – What Role Can Social Media Play as Marketing Tool?. Bachelor Thesis, School of Computer Science, Physics, and Mathematics Linnaeus University
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Zaitunah, Anita. (2001). Kajian Keberadaan Hutan Mangrove: Peran, Dampak Kerusakan dan Usaha Konservasi, Medan: USU