

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 14–26. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>
- Albert Benjamin F. Purba (2024, 9 Juni). *Jalan-jalan ke Kota Tua Surabaya, Sensasi Wisata Sejarah dan Budaya*. Diakses pada 08 Oktober 2024, dari <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7381743/jalan-jalan-ke-kota-tua-Surabaya-sensasi-wisata-sejarah-dan-budaya>
- Albert Benjamin Febrian Purba (2024, 09 Juni). *Jalan-jalan ke Kota Tua Surabaya, Sensasi Wisata Sejarah dan Budaya*. Diakses pada 26 Februari 2025, dari <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7381743/jalan-jalan-ke-kota-tua-Surabaya-sensasi-wisata-sejarah-dan-budaya>
- Amstrong, G. & Kotler. P. 1997. Prinsip-prinsip pemasaran. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran, Malang : UMM Press.
- Bungin, Burhan. 2022. Komunikasi Pariwisata *tourism communication* Pemasaran dan Brand Destinasi. Jakarta: PRENADMEDIA GROUP, hlm. 54.
- Bungin, Burhan. 2022. Komunikasi Pariwisata *tourism communication* Pemasaran dan Brand Destinasi. Jakarta: PRENADMEDIA GROUP, hlm. 57.
- Candra, A. K., & Prasetyo, D. (2022). Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata Daerah Oleh Duta Wisata Ikon Cak dan Ning Surabaya. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 93–100.
- Cangara, H. Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2014. Edisi Revisi PERENCANAAN & STRATEGI KOMUNIKASI. Depok: PT RajaGrafindo, hlm. 65-67.
- Dahlen, M., & Edelman, D. C. (2019). The Role of Advertising in Digital Transformation. *Journal of Advertising Research*.
- Dewi Fatikhatuz Zahro. 2015. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Dewi, I. S., & Rahardjo, A. (2023). Prototipe Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication (IMC). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*.
- Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1997). Driving Brand Value: Using Advertising to

Establish Brand Identity.

Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1997). Driving Brand Value: Using Advertising to Establish Brand Identity. *Journal of Advertising Research*.

Dwi Hastuti, R. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1).

Dwi Hastuti, R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Wisata Budaya di Bali. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 1-15.

Edy M Yakub (2024, 9 Juli). *Aura nasionalisme di balik revitalisasi Kota Lama Surabaya*. Diakses pada 21 Februari 2025, dari <https://www.antaranews.com/berita/4189950/aura-nasionalisme-di-balik-revitalisasi-kota-lama-surabaya>

Effendy, O. U. (2020). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 19(2), 123-140.

Elmazi, L., & Bazini, E. (2008, November). Marketing strategies for success of heritage attractions. In *CONFERENCE READINGS BOOK* (p. 203).

Gitosudarmo, Indriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. BPFE: Yogyakarta. Gunawan, Iwan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Hamzah Dzilqarnain. 2015. Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Mage lang. *Jurnal ilmu Komunikasi*.

Hasanah, S. N. (2022). Marketing Strategy on Tourism of Cultural Heritage (Case Study at the Heritage Palace in Sukoharjo Regency, Central Java). *Conference Proceedings International ...*, 2018. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/iceiss/article/view/1102%0Ahttps://proceedings.ums.ac.id/index.php/iceiss/article/download/1102/1077>

Hasanah, S. N., & Suranto, S. (2022, August). Marketing Strategy on Tourism of Cultural Heritage (Case Study at the Heritage Palace in Sukoharjo Regency, Central Java). In *Proceedings International Conference on Education Innovation and Social Science* (pp. 377-381).

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage Pub.

Herdiansyah, H. (2010). *metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Hermawan Kertajaya. 2006a. *On Marketing*, Jakarta: Gramedia.

Hotria Mariana, Aditya Mulyawan (2024, 9 Juli). *Revitalisasi Rampung, Kota Lama Surabaya Jadi Destinasi Baru dengan Sentuhan Nostalgia*. Diakses pada 08 Oktober 2024, dari

<https://nasional.kompas.com/read/2024/07/09/18271121/revitalisasi-rampung-kota-lama-Surabaya-jadi-destinasi-baru-dengan-sentuhan>

- Ibnularoby. 2013. Persepsi Konusmen Terhadap Marketing Mix 7P Pada Perusahaan PO.SAN Bengkulu.
- Imul Pratama. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Kendari dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Pantai Nambo Kendari. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Jihaan Khoirunnisaa (2024, 19 Juni). *DPRD Dukung Pengembangan Wisata Kota Lama Surabaya, Ini Daya Tariknya*. Diakses pada 26 Februari 2025, dari <https://news.detik.com/berita/d-7398627/dprd-dukung-pengembangan-wisata-kota-lama-Surabaya-ini-daya-tariknya>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Rethinking the Role of Social Media in Marketing. *Journal of Marketing Communications*.
- Kaplan, Andres and Haenlein, Michel, *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, (Business Horizons, 2010)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jl. 1, Edisi 12, PT.Indeks, Kelompok Gramedia.
- Kottler, Philip dkk. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kumar, V., & Mirchandani, R. (2019). Increasing Customer Lifetime Value Through Direct Marketing. *Journal of Marketing*.
- Kusumawati, A. (2020). Komunikasi Kreatif dalam Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1).
- Kusumawati, A. (2020). Strategi Promosi Pariwisata Heritage di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Kusumawati, A. (2020). Strategi Promosi Pariwisata Heritage di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1-15.
- Le, H. T. K., & Wang, C. F. (2023). Emerging omnichannel marketing strategies and their impact on customer experience. *Journal of Business Research*, 158, 113680.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.

- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. (2010), “Komunikasi Pemasaran Modern”, Cetakan
- Mulhern, F. J. (2018). Sales Promotion: A Review and Directions for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. 2005. Bandung.
- Nasiha, Sholehatus. 2010. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) dalam mengokohkan Brand Dagadu Djokja (Studi Deskriptif pada PT. Aseli Djokdja Yogyakarta)”. Skripsi, Yogyakarta: UIN Kalijaga.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007). 24.
- Parma, I. P. G., Mahardika, A. N. Y. M., Armawan, I. K., & Novia, P. Y. S. (2021, November). The strategy of developing historical tourism in the city of Singaraja based on CHSE during the Covid-19 pandemic. In *6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)* (pp. 34-42). Atlantis Press.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKS , hlm. 57.
- Prideaux, B. (2002). The Role of the Tourism Industry in the Development of Heritage Tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-15.
- Pringgowati, N., Wulandari, M. P., & Kriyantono, R. (2021). Evaluasi Integrated Marketing Communication Disbudpar dan Disporapar dalam Menyiapkan Kota Malang sebagai Tourism Hub. *Jurnal Heritage*, 9(1), 1-19.
- Rachmad, Yoesoep E., et al. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Atmodjo, Sunarno S. Eureka Media Aksara, 2022.
- Rahardi, R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Sejarah di Kota Tua Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1-18.
- Rahardi, R. (2020). *Strategi Pemasaran dan Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Rahayunianto, A. (2016). *Integrated Marketing Communication Setu Babakan Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan*. Universitas Sahid Jakarta.
- Sarker, M. A. H. (2013). Marketing strategies for tourism industry in Bangladesh: Emphasize on niche market strategy for attracting foreign tourists. *Researchers World*. *Researchers World*, 4(1), 103–107. www.researchersworld.com

- Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (1998). Transitioning Marketing Communication into the 21st Century. *Journal of Marketing Communications*.
- Siti Zaenab, & Nikmah Hadiati Salisah. (2019). Jurnal Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 9*(No. 1), 52–68.
- Smith, Pr., Taylor, Jonathan. 2002. *Marketing Communication, an Intergrated Approach*. London: Kogan Page.
- Sosial, M., Di, I., & Pandemi, M. (n.d.). *Kata Kunci: Budaya digital, ketahanan tradisi, leluhur, Kemacoaan 31*.
- Sugiyarto, B. (2019). Strategi Komunikasi Integratif dalam Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(2).
- Sugiyarto, B. (2019). Strategi Komunikasi Integratif dalam Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Sutanto, E. (2019). Segmentasi Pasar dalam Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(1).
- Sutanto, E. (2019). Strategi Pemasaran PT. Telekomunikasi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*.
- Sutanto, E. (2019). Strategi Pemasaran PT. Telekomunikasi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(2), 123-140.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (4th ed.). SAGE Publications.
- Uchjana Efendi, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009.
- UNESCO. (2019). *Heritage Tourism*.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wijaya, T. (2019). Komunikasi Interaktif dalam Pemasaran. *Jurnal Komunikasi*, 11(2).
- Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2020). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Pearson.

Wulandari, D. (2021). Integrated Marketing Communication Desa Wisata Pulesari Yogyakarta. Skripsi UIN Sunan Kalijaga.