

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Prihastuti, Y. (2022). Penerapan manajemen operasional Paket Wisata Tailor Made Tour Di pt. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 77–96.
- Afren, S. (2024). The role of digital *marketing* promoting tourism business. A study of use of the social media in prompting travel. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(01), 272–287.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166.
- Anggraeni, N. Y., Melinasari, S., & Shiddieqy, H. A. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) NYONYA SAMBEL KECAMATAN PAMIJAHAN, KABUPATEN BOGOR DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN SYARIAH. *SAHID BUSINESS JOURNAL*, 2(01), 118–128.
- Ardani, N. N., & Yuni, L. K. H. K. (2024). Strategi Pemasaran Konvensional Travel *Agent* dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi (Studi Pada PT. Mutiara Cemerlang Utama Bali). *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 4(2), 61–71.
- Asih, N. P. I. Y., Mudana, I. G., Susyarini, N. P. W. A., Triyuni, N. N., & Sudarmini, N. M. (2023). Implementation of Direct *Marketing* to Enhance Meeting Package Purchasing Decisions at Grand Zuri Kuta Bali. *International Journal of Glocal Tourism*, 4(3), 219–234.
- Astuti, I. I. (2022). UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital *Marketing*. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 59–65.
- Asyabilly, L. M., Wahim, I., & Mahawira, K. (2024). Eperan Digital Di Pesilak Tour & Travel Di Era Globalisasi. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 897–901.
- Azis, Y. A. (2022). *Pengertian dan 5+ Contoh Batasan Masalah*. <https://deepublishstore.com/blog/contoh-batasan-masalah/?srsltid=AfmBOorymPudzdrktTsSDNrX9bKjYNNWbg79FNI7-M5xGucns7RQ55vdh>
- Biludi, A. S., Subhan, A., Nua, S. P., & Ramansyah, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Penjualan Tiket Pesawat Di PT Tx *Tour and Travel* Cabang Gorontalo. *Signal*, 11(1), 2337–4454.
- Citriadin, Y. (2020). *Teknik analisis data penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif dalam metodologi penelitian pendekatan multidisipliner* (pp. 201–

218).

- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443.
- Dewi, N. P. N. C., & Nasution, D. A. D. (2023). Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 566–577.
- FERNANDA, A. (2023). *PAKET WISATA DI DESA WISATA KELURAHAN SUMBER AGUNG KECAMATAN KEMILING KOTA BANDAR LAMPUNG* [Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/71985/>
- Fikri, A. (2024). *Definisi Marketing Online Menurut Para Ahli*. RedaSamudera.Id. <https://redasamudera.id/definisi-marketing-online-menurut-para-ahli/>
- Fitriana, M., Ernawati, R., & Astuti, P. K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Wisata CV. SKR Tour & Travel di Era New Normal. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 157–165.
- Fuadi, F., Susanto, B., & Aryana, I. N. R. (2022). Implementation of direct marketing in an effort to increase MICE customer loyalty. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.58881/jcmnts.v1i1.5>
- Gama, A. W. S., Artawan, I. P. G. B., & Wahyuni, I. (2025). Pemanfaatan Media Sosial *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp* dalam Meningkatkan Jumlah *Customer* pada *Sindu Arta Tranportasi & Tour Bali*. *Synergy and Society Service*, 5(1), 45–48.
- Hamzah, F. (2024). STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MELALUI MEDIA ONLINE PADA BELITUNG CANTIK *TOUR AND TRAVEL*. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(2), 76–86.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media *Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92–101.
- Hidayat, T., Suparman, A., & Saputra, A. M. (2024). PENGARUH PROMOSI MELALUI ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TERHADAP VOLUME PENJUALAN KAMAR DI LASKA HOTEL SUBANG. *The World of Business Administration Journal*.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

- Logistik, P. P. (2023). Peran *Telemarketing* Dalam Kegiatan Promosi Pada Perusahaan Logistik. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1087>
- Louie, J., Lisnini, L., & Lupikawaty, M. (2023). PENGEMBANGAN PAKET WISATA DI HABIBI *TOUR AND TRAVEL* DAERAH BANDUNG. *Jurnal Pesona Sriwijaya*, 1(2), 11–16.
- Made Dwi Ferayani, & Rizqa Aulia Putri. (2023). Strategi Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) Pada Produk Umkm Strawberry Corp Desa Pancasari. *Abdi Satya Dharma*, 1(2). <https://doi.org/10.55822/absd.v1i2.466>
- Mardhatillah, W., Junaedi, D., & Evinovita, E. (2022). Implementasi *Direct Marketing* pada Bank BPR Datagita Mustika. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 65–78.
- Maulana, S., Puspita, N., & Erfinda, Y. (2022). Pengaruh *Direct Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Social Event Package di Art Deco Luxury Hotel & R. docx. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 10(1), 69–84.
- Muliana, I. W. (2024). PENGARUH KAMPANYE DIGITAL “EXPLORE BALI” TERHADAP PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK KE DENPASAR. *Nusantara Hasana Journal*, 4(4), 220–225.
- Nisrina Kamila, A. W. (2023). *Kepuasan Konsumen Setelah Layanan Haji dan Umrah di Buka Kembali pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : Ebad Wisata Tour and Travel Surabaya) Nisrina Kamila Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Aditya Wa*. 17(1), 548–565.
- Nurpadila, A., & Sulaeman, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Konten Sosial Media *Instagram*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6297–6305.
- Pane, R. N., & Sihotang, M. A. I. (2022). Etnomatematika Pada Rumah Bolon Batak Toba. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 5, 384–390.
- Pujiati. (2024a). *Cara Memilih Lokasi Penelitian dan Tipsnya*. <https://penerbitdeepublish.com/lokasi-penelitian/>
- Pujiati. (2024b). *Cara Merumuskan Batasan Masalah dalam Penelitian*. <https://penerbitdeepublish.com/batasan-masalah-dalam-penelitian/>
- Puspita, D. A. A. I., Astawa, I. K., Suparta, I. K., Widana, I. P. K. A., & Nurjaya, I. W. (2022). Implementation of Advertising and *Telemarketing* to Increase Room Revenue. *International Journal of Glocal Tourism*, 3(3), 173–189.
- Putranto, D., & Togubu, R. Y. (2024). Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Paket Wisata Tahun 2023 di Golden Rama Tours and Travel. *Jurnal Lemondial Business School*, 9(4).

- Putri, M. A., Wardiana, S., & Satrio, S. (2024). Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dan Media Promosi Pada PT. Talaga Mulya Indah. *COMPEDIART*, 1(2), 53–62.
- Putri, V. K. M. (2022). *Pemasaran Langsung: Pengertian dan Tujuannya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/04/110000469/pemasaran-langsung--pengertian-dan-tujuannya>
- Qotrun, A. (2021). *Objek Penelitian: Pengertian, Macam, Prinsip, dan Cara Menentukannya*. <https://www.gramedia.com/literasi/studi-kasus/>
- Ratar, M., Sangkoy, M., & Budiman, M. (2021). Pengaruh ketersediaan prasarana dan sarana pariwisata terhadap keputusan konsumen melakukan kunjungan wisata di Manado (Studi kasus daerah wisata Bunaken). *Global Science*, 2(1), 7–14.
- Rini, R. S., Roni, F., & Maharani, B. P. (2021). Saluran Pemasaran Langsung Jasa Periklanan Media Luar Ruang PT Warna Warni Media. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 101–110.
- Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (2023). Metode pengumpulan data melalui wawancara. *Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara*.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Simanihuruk, P., Sidabutar, R. N. D. R., Tamba, D., Tarigan, I., & Sagala, R. (2023). PENGARUH DIRECT *MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN KONSUMEN PADA LIVE STREAMING *MARKETING TIKTOK*: (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 309–323.
- Sukrin, E. A. M. (n.d.). *Strategi Penetapan Harga dan Produk Wisata Dalam Meningkatkan Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lakeba Kota Baubau*.
- Sulistiawati, L., Guasmin, G., & Raheni, C. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Word Of Mouth (WOM) terhadap Penjualan Daging Sapi Usaha Dagang Pak Kasman Desa Kotapulu Kecamatan Dolo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(7), 441–449.
- Sumbawa, U. T., Sumbawa, U. T., Layanan, K., Produk, I., Wisata, D. T., & Ulang, M. K. (2024). *Kata Kunci: 13*(November), 747–761.
- Suparwo, A., & Tristyantie, M. (2020). Menakar *Direct Marketing* dan

- Kepercayaan Pelanggan Dalam Pembelian Paket Umrah Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung (1) (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 485–502. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php.php/magister-manajemen>
- Susanto, P. C. (2021). Optimalisasi dan Kontribusi Usaha Travel Agent kepada Maskapai Penerbangan di Masa Pandemi COVID-19. *Premium Insurance Business Journal*, 7(2), 46–51. <http://ejournal.stma-trisakti.ac.id/index.php/premium/index%0AOPTIMALISASI%0Ahttp://ejournal.stma-trisakti.ac.id/index.php/premium/article/view/14/12>
- Team, M. S. (2024). *What is Face to face selling? Definition & Meaning*. <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/13019-face-to-face-selling.html>
- Utami, N. S., Valentine, W. A., Yuaniarni, D., Nursyahnas, W. U. N., & Kheedija, N. (2023). Strategi Pemasaran Konvensional Travel Agent Nagra Tour Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 103–110. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.172>
- Wen, T., Leung, X. Y., Li, B., & Hu, L. (2021). Examining framing effect in travel package purchase: An application of double-entry mental accounting theory. *Annals of Tourism Research*, 90, 103265.
- Yudhiasta, S., Andrea, G. A., & Rahmatin, L. S. (2023). Integrasi Komunikasi Pemasaran Dalam Konsep Pariwisata Berkelanjutan “Kampung Adat Segunung.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 153–167.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi metode outdoor learning dalam peningkatan hasil belajar siswa pada mata pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153.