

DAFTAR RUJUKAN

- Agelejer, Andre. "Wisata Alam Menakjubkan Pantai Camplong di Sampang Jawa Timur". Agelejer.com, diakses dari <https://agelejer.com/simak-wisata-alam-menakjubkan-pantai-camplong-di-sampang-jawa-timur/>, Pada Sabtu, 4 Maret 2023.
- Asbullah. Penjaga Tiket Pantai Camplong. *Wawancara Langsung*. 21 Januari 2023.
- Batjo, Nurdin. "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Keputusan Pembelian". *Dinamis*, 1, 2. Oktober 2018.
- Bimantara, Pandu. "Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling". *Jike*. 1. 1. Desember 2017.
- Carli Wiseza, Fitria. "Faktor-Faktor Yang Mendukung pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi". *Nur El Islam*. 4. 1. April 2017.
- Doembana, Ismawati, dkk. *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017.
- Durrotunnasikhah, Uli. "Strategi Komunikasi Obyek Wisata Madiun Umbul Square dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019". Skripsi. IAIN Ponorogo. Ponorogo. 2020.

- Eka Ganda wiguna, Alma. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pemalang dalam Mempromosikan Pariwisata”. Skripsi. UII. Yogyakarta. 2018.
- Eka Nugraha, Yudha. “Dampak Pandemi Covid 19 Pada Unit Usaha Pariwisata di Kawasan Pesisir Kota Kupang”. *Jurnal Industri Pariwisata*. 3. 2. 2021.
- Fajri Adiagung Purnando, Baref. “Persaingan Dalam Pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar”. *JOM FISIP*. 6. 1. 2019.
- Firmansyah, Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Fitra Meilisa, Veni. “Strategi Komunikasi Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan kebudayaan Kabupaten Inraguri Hilir dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop”. *Jom Fisip*. 5. 1. April 2018.
- Gusnita, Aulia. “Strategi Komunikasi Pemerintah Desa dalam Promosi Pariwisata Air Terjun Temulun Sungai Mukut di Desa Tebing Tinggi Kabupaten Bungo Provinsi Jambi”. Skripsi. UIN Sulthan Thaha Saifuddin. Jambi. 2022.
- Hasim, Muhammad. Pengelola Wisata Camplong, *Wawancara Langsung*. 14 April 2022.
- Heriyanti, Mei. “Analisis Data Kualitatif Milles dan Huberman”. Kompasiana, <https://www.kompasiana.com/meykurniawan/556c450057937332048b456>

c/analisis-data-kualitati-miles-dan-hubermen. Diakses pada tanggal 02 September 2022.

Ifan. Pengunjung Pantai camplong. *Wawancara Langsung*. 25 Februari 2023.

J. Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.

Juariyah, *dkk.* “Komunikasi Pemasaran Wisata batu Dalam Memadukan Konsep Wisata Alam dan Edukasi di Desa Kemiri Kabupaten Jember”. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*. 5. 2. Desember 2022.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga. 2001.

Kotler, Philip dan Keller. *Management Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo. 1997.

Laksana, Fajar. *Menejemen Pemasaran*. Yogyakarta: Garaha Ilmu. 2008.

Mardiyanto, Doni dan Giarti. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran”. *Edunomika* 3. 1. Februari 2019.

Maryati, Kun dan Juju Suryawati. *Sosiologi dan Antropologi*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Melinda, Venna. *Strategi Pemasaran Wisata Sawah Pematang Johar dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Skripsi 2020.

Miftachul Ulum, Muhammad. “Strategi Komunikasi Pemasaran Ekowisata Hutan Magrove Banyuurip Gresik Oleh Pemerintah Desa Banyuurip,

- Ujungpangkah Dalam Menarik Wisatawan”. Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2020.
- Misdrinaya, Muthia. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Makassar dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Makassar”. Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2017.
- Morissan.” Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu”. Jakarta Prenada Media Group. 2010.
- Mubarokah, Amalina, *dkk.* “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 16. 1. 2022.
- Muslim, Moh. “Membangun Visi Perusahaan”. *Esensi*. 20. 3. 2017.
- Muslimin, Khoirul dan Maswan. *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*. Yogyakarta: Lingkar Media. 2017.
- Novi Lita, Helza dan Eidy Sandra.” Perjanjian Build, Operate and Transfer (BOT) Pada Kerjasama Pembangunan Commercial Building Diatas Tanah Wakaf Berdasarkan Ketentuan Hukum Positif Indonesia”. *Unpad*. 11. 1. Juni 2018.
- Nur Azakiyah, Andi. “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba”. Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2013.

Octora, Pradhicna. “Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Wisata Bedengan Genilangit”. Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2020.

Pantai Camplong, *Observasi Langsung* (13 Desember 2022)

Pantai Camplong, *Observasi Langsung* (29 April 2023)

Perwirawati, Elok. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kemaritiman dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pulau Banyak”. *Jurnal Darma Agung*, 17, 1. April 2019.

Rahim Abd Rahman, dan Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. 2017.

Rahmanda Rifki Putra, *dkk*. “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Penerapan Konsep Smart Tourism di Kabupaten Pangandaran.” *Jumpa*. 7. no 1. Juli, 2020.

Rika. Pengunjung Pantai Camplong. *Wawancara Langsung*. 25 Februari 2023.

Rudi, Ahmad. Tokoh Masyarakat. *Wawancara Langsung*. 6 Maret 2023.

Ruki. Marketing Pantai Camplong. *Wawancara Langsung*. 2 Februari 2023.

Rylita Primadany, Sefira *dkk*. “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah” *Jurnal Administrasi Publik*. 1. 4. 2013.

Sahabi, Ansar. “Analisis Kemanfaatan Budaya Berbahasa Inggris Pada Sektor Pariwisata Berkelanjutan di Era Industri 4.0”. *Equilibrium*, 9. 3. 2021.

- Sartika Jelita Gobel, Veronica. "Analisis Komunikasi Pemasaran Satuan Penugasan Pariwisata di Provinsi Sulawesi Utara". *Acta Diurna*. 6. 1. 2017.
- Sauqi. Pengunjung Pantai Camplong. *Wawancara Langsung*. 25 Februari 2023.
- Setiadi, *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Media Group, 2003.
- Setiady, Bambang. General Manager Panati Camplong. *Wawancara Langsung*. 2 february 2023.
- Sosial Media Pantai Camplong, *Observasi Langsung* (14 Maret 2023)
- Sugiono. *Metode Logi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Citra. 2011.
- Sulaksana, Uyung. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2017.
- Syamsuddin Amin, Ali dan Peri Priansah. "Marketing Communication Strategy to Improve Tourism Potential". *BIRCI*. 2. 4. November 2019.
- Tempatwisata. "Wisata Andalan Pantai Camplong Sampang Madura". diakses dari <https://tempatwisataindonesia.id/pantai-camplong-madura/>, pada tanggal Jumat, 15 April 2022.

Terence A. Shimp, Terence, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1 edisi Ke 5*. Jakarta: Erlangga. 2003.

Wahyudi dan Mochammad Herlan, “Faktor Promosi dan Sarana Prasarana dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*. 9. 2. 2021.

Widad. Pengunjung Pantai Camplong. *Wawancara Langsung*. 25 Februari 2023.

Widyastuti, Sri. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB UP Press. 2017.

Wiwian, Kadek Noviandani, dkk. “Strategi Komunikasi Pemasaran Adat Pecatu Dalam Mengelola Objek Wisata Uluwatu”. *Universitas Udayana*. 2020.