

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran atau kontribusi dari penulis sebagai berikut.

1. Pemerintah dan pihak pengelola dapat bekerja sama dalam mempromosikan daya tarik wisata Puncak Salena.
2. Pemerintah dan pengelola dapat bekerja sama untuk meningkatkan fasilitas sebagai penunjang kebutuhan wisatawan pada saat berada di Puncak Salena.
3. Pemerintah dan pihak pengelola dapat bekerja sama dalam Pengembangan, sehingga memberikan efek jangka panjang untuk keberlangsungan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Puncak Salena dan bisa terus bersaing dengan destinasi wisata lainnya.
4. Pemerintah memberikan pelatihan kepada pihak pengelola maupun masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dalam mengelola pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Palu](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Palu) diakses pada 16 Agustus 2021

- Adiwisastra, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *Evolusi: Jurnal Sains dan Manajemen*, 8(2).
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Awaluddin, A., & Sumarni, S. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palopo. *Movere Journal*, 3(1), 81-92.
- Bambang Sunaryo. 2013. *KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DESTINASI PARIWISATA KONSEP DAN APLIASINYA DI INDONESIA*. Yogyakarta: Gava Media.
- Chrismastianto, I. A. W. (2017). Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 133-144.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 17(2), 167-185.
- Fadel, M., & Manvi, K. I. (2021). Strategi Promosi Daya Tarik Wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *JURNAL KAJIAN PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, 2(1), 19-24.
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kualitatif untuk Riset Pariwisata*.

- Iskandar, Hari. 2021. STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI PELAWAN, TANJUNG BALAI KARIMUN SEBAGAI KAWASAN STRATEGIS PARIWISATA BERKELANJUTAN. Universitas Bunda Mulia, Vol, 15 (1). <http://ejournal.stipram.ac.id>
- Jayanti, E., & Werdiasih, R. D. (2022).STRATEGI PROMOSI PULAU MOMONGAN PADA ERA NEW NORMAL DI KABUPATEN CILACAP. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(1), 40-53.
- Juliana, J., Sitorus, N. B., Kristiana, Y., Ardania, J., & Natalie, N. (2021).Pengenalan Daya Tarik Wisata Kampung Batu Malakasari Bagi Siswa-Siswi SMK Jakarta Wisata I Jakarta Selatan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 102-110.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007.MANAEMEN PEMASARAN, JILID I, EDISI KEDUA BELAS, PT. Indeks, Jakarta.
- NAGA, J. T. D. P. STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA MELALUI.
- Ni'matuzahroh, S., & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi* (Vol. 1). UMMPress.
- Nyoman.S. Pendit. 2002. ILMU PARIWISATA : SEBUAH PENGANTAR PERDANA. Jakarta : Pradya Paramita.
- Paramita, I. B. G., & Putra, I. G. G. P. A. (2020).New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 5(2), 57-65.
- Primantoro. 2015. KUALITAS KAWASAN PANTAI DEPOK, GUMUK PASIR BARCHAN, PANTAI PARANGKUSUMO DAN PANTAI PARANGTRITIS BERDASARKAN PARAMETER GEOWISATA. *Jurnal Kepariwisataaan*. Vol, 9 (2).<http://ejournal.stipram.ac.id>
- Pujiyanto. 2003.STRATEGI PEMASARAN PRODUK MELALUI MEDIA PERIKLANAN. Nirmana, Vol, 5 No. 1 Januari 96-109.
- Rahman, Abd. 2020. IDENTIFIKASI POTENSI WISATA ALAM SALENA BERDASARKAN BENTANG LAHAN. Universitas Tadulako.

- Rangkuti, Freddy. 2013. *TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS ANALISIS SWOT CARA PERHITUNGAN BOBOT, RATING, DAN OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Santosa, LW, Muta'ali, L. 2014. *BENTANG ALAM DAN BENTANG BUDAYA; PANDUAN KULIAH KERJA LAPANGAN PENGENALAN BENTANG LAHAN*, Badan Penerbit Fakultas Geografi, Yogyakarta.
- Saputra, A. A. (2020). *ANALISIS STRATEGI DINAS PARIWISATA PROVINSI RIAU DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA DI PROVINSI RIAU* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Soekadijo, 1997. *ANATOMI PARIWISATA*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- SURIADY, I., NINGSIH, F. P., & RAHMARINI, G. M. (2021). CITY BRANDING DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF PASCA BENCANA ALAM MELALUI PROSES REBRANDING KOTA PALU. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 2(10), 84-93.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D)*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Syamsu, M. N. 2018. *STUDI KELAYAKAN AIR TERUJUN NGGEMBOR SEBAGAI DESTINASI WISATA UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA JATIMULYO, KECAMATAN GIRIMULYO, KABUPATEN KULONPROGO*, Yogyakarta: *Jurnal Kepariwisata*, Vol 12, (3), 71-84  
<http://ejournal.stipram.ac.id>
- Tolinggi, M. Y., Engka, D. S., & Rorong, I. P. F. (2021). *PENGARUH PROMOSI TEMPAT WISATA DAN KUNJUNGAN WISATAWAN*

TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR OBJEK WISATA (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Objek Wisata Pantai Batu Buaya Di Kecamatan Mananggu Kabupaten Boalemo). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(3).

Yuliani, W. (2018).Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83-91.

Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Widiyanto, 2006.BAHAN KULIAH GEOMORFOLOGI DASAR, Fakultas Geografi UGM, Yogyakarta.