

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Adhaghassani, F. S. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidance) di Cherryka Bakery*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Teknik Boga UNY.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anjani, H. D., Irham, & Waluyati, L. R. (2018). Hubungan Penerapan Bauran Pemasaran 7P dan Loyalitas Konsumen di Pasar Tradisional. *AGRO EKONOMI*, 29(2), 261-273.
- Anonim. *Undang-Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 10 Tahun 2009*. Jakarta: Direktorat Jendral Hukum dan HAM.
- Baiquni. (2020). *Menata Ulang Kepariwisataaan yang Berkualitas dan Berkelanjutan Merespons Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Fauzzia, W., Andriani, R., Bramantyo, E., Handayani, R. D., & Krintiutami, Y. P. (2019). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Villa Kancil Majalaya. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 118-124.
- Guevara, G. (2020). *Global Economic Impact and Trends 2020*. United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- Hermawan, I. (2019). *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Khairo, R., Permadi, L. A., & Sakti, D. P. (2019). Analisis Pemasaran Pariwisata di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Pariwisata*, 19(1), 8-19.
- Khairunnisa, S. N. (2020). *Jatim Punya 4 Zona Merah, Ini Alternatif Destinasi Wisata Akhir Tahun*. Retrieved from KOMPAS.com: <https://travel.kompas.com/read/2020/12/08/203100627/jatim-punya-4-zona-merah-ini-alternatif-destinasi-wisata-akhir-tahun?page=all>
- Kemenparkraf. (2020). Retrieved from Pariwisata Indonesia Siap: <https://chse.kemendparekraf.go.id/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Labaso, S. (2018). Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289-311.
- Lestari, P. (2020). Implementasi Strategi Promosi dalam Prosen Keputusan Pembeli Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Lutfiah, A. (2019). *Marketing Mi Cafe Carlos dalam Peningkatan Minat Konsumen di Kota Parepare*. Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Luturlean, B. S., et al. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora
- Masatip, A., Maemunah, I., Rosari, D., & Anggraeni, C. (2020). Analisis Strategi Pemasaran pada Hotel Inna Parapat dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 150-159.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nasrullah. et al. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Kota Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pamela, S. (2020). *Analisis Marketing Mix dalam Creation Brand Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal Coffee di Kota Metro)*. Metro: Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Metro.
- Pemerintah Kabupaten Jember. (2021). Retrieved Selayang Pandang: <https://www.jemberkab.go.id/selayang-pandang/>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontenporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rosmayanti. (2020). *Rupanya Ada Bisnis yang Menang Banyak saat Corona Mengganas, Ini Contohnya*. Retrieved from Warta Ekonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read279996/rupanya-ada-bisnis-yang-menang-banyak-saat-corona-mengganas-ini-contohnya>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Sleman: Deepublish.
- Sarbini. (2018). *Filsafat Pariwisata (Sebuah Kajian Filsafat Praktis)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyo, A. (2020). Sme's Strategy in Creating Sustainable Business During Covid-19 Towards the New Normal Era Based on Marketing Mix Perspective. *Atlantis Press*, 34, 200-204.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- UNWTO. (2020). Retrieved from Worst Year in Tourism History With 1 Billion Fewer International Arrivals: <https://www.unwto.org/>
- Wahyudi, E., & Setiawan, K. (2020). *PHRI: Sektor Pariwisata Rugi Rp 85,7 Triliun Akibat Pandemi*. Retrieved from TEMPO.CO: <https://bisnis.tempo.co/read/1365055/phri-sektor-pariwisata-rugi-rp-857-triliun-akibat-pandemi>
- WTTC. (2020). *Economic Impact Reports*. Retrieved from World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact#:~:text=In%202019%2C%20Travel%20%26%20Tourism's%20direct,contribution%20to%20the%20world's%20GDP&text=330%20million%20jobs%2C%201%20in,28.3%25%20of%20global%20services%20exports>)