

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Alkaf, R., & Zakir, S. (2024). *Digital Marketing Strategy To Increase The Number Of New Students. Jurnal Kependidikan*, 18(1), 61–67.
- Abidin, J. (2025). Strategi Pengembangan Promosi Berbasis Digital Studi Kasus: Curug Cijalu, Kab. Subang. *Gema Wisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21.
- Saptiani, A. (2017). Eksistensi Makam Badang Sebagai Wisata Religi Di Pulau Buru Tanjung Balai Karimun. *Historia: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 2(1), 25–39. <https://doi.org/10.33373/his.v2i1.1572>
- Mahaliani, E., & Masnita, Y. (2024). *The Role Of Digital Marketing And Promotion In The Business Performance Of Small And Medium Enterprises ( Smes ) In Developing Countries. Jurnal Economic Resources*, 1134–1149.
- Marimin, A., & Fitria, T. N. (2024). Sistem Pengupahan Pada Karyawan Dalam Prespektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3409–3416. <https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie> Jurnal
- Abidin, J. (2025). Strategi Pengembangan Promosi Berbasis Digital Studi Kasus: Curugcijalu, Kab.Subang
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif.
- Iskandar, M., & Lestari, P. (2025). Strategi *digital storytelling* pada promosi cagar budaya dan makam bersejarah di wilayah kepulauan. *Jurnal Riset Komunikasi*, 8(1), 15-29.
- Kurniawan, D., & Safitri, E. (2023). Pengaruh strategi *promotion mix* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata religi. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Pariwisata*, 11(1), 67-80.
- Maulida, I., & Setiawan, A. (2024). Optimalisasi pemanfaatan platform digital oleh pemerintah daerah dalam promosi pariwisata cagar budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 9(2), 178-191.
- Pratama, Y., & Handayani, S. (2021). Tantangan dan hambatan digitalisasi promosi wisata pada wilayah hinterland dan kepulauan. *Jurnal Geografi dan Pariwisata*, 4(2), 98-111.

- Purwanto, E., & Wijaya, K. (2023). Sinergitas dinas pariwisata dan masyarakat lokal dalam tata kelola promosi wisata religi. *Jurnal Administrasi Publik dan Pembangunan*, 5(3), 210-224.
- Rahmadi, A., & Kusumaningrum, D. (2022). Penggunaan media sosial sebagai sarana *public relations* pemerintah dalam mempromosikan destinasi daerah. *Jurnal Hubungan Masyarakat dan Komunikasi*, 3(1), 50-63.
- Saputra, R., & Wibowo, H. (2024). Evaluasi keterlibatan pengguna (*user engagement*) pada platform digital resmi dinas pariwisata daerah. *Jurnal Teknologi Komunikasi dan Informasi*, 12(1), 88-101.
- Utama, I. G., & Suryani, N. (2023). Penguatan *brand awareness* destinasi wisata religi melalui bauran pemasaran digital. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 15(2), 134-149.
- Wiyono, S., & Hartati, M. (2025). Analisis narasi sejarah dan tradisi dalam konten promosi pariwisata berbasis media digital. *Jurnal Budaya dan Komunikasi Digital*, 2(1), 40-55.

### SKRIPSI

- Faidah, N. (2017). Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo (Studi Diskriptif Kualitatif Tentang Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo) Skripsi.
- HASYAM, F. P. (2023). Strategi Promosi Wisata Berbasis Media Sosial Di Kabupaten Bulukumba Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- MU'TAZ, K. N. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Makam Kh. Muhammad Shiddiq Jember Skripsi.
- Wicaksono, N. (2020). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tegal Dalam Mempromosikan Pariwisata Religi Di Kabupaten Tegal Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- HASYAM, F. P. (n.d.). Strategi Promosi Wisata Berbasis Media Sosial Di Kabupaten Bulukumba.
- Faidah, N. (2017). Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo (Studi Diskriptif Kualitatif Tentang Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo).

- Pratiwi, N. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pemerintah Daerah dalam Penguatan Brand Image Destinasi Wisata Sejarah*. Universitas Diponegoro.
- Putra, S. E. (2025). *Analisis Partisipasi Masyarakat dan Peran Pemerintah dalam Pengelolaan Wisata Religi di Wilayah Kepulauan*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Ramadhan, K. (2023). *Strategi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Potensi Wisata Religi*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Riana, M. (2022). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Situs Cagar Budaya*. Universitas Padjadjaran.
- Saputri, R. A. (2024). *Pemanfaatan Direct and Digital Marketing oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun dalam Mempromosikan Destinasi Unggulan* Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Siregar, T. (2021). *Peran Stakeholder dalam Pengembangan Destinasi Wisata Ziarah dan Religi di Daerah Kepulauan* Universitas Sumatra Utara.
- Wibowo, A. (2023). *Analisis Hambatan Implementasi Promosi Pemasaran Digital pada Instansi Pariwisata Daerah* Universitas Airlangga.
- Yulia, F. (2025). *Strategi Public Relations Dinas Pariwisata dalam Membangun Citra Positif Wisata Budaya dan Keagamaan* Universitas Sebelas Maret.

#### BUKU

- Prof. Dr. Cepi Pahlevi, SE., M.Si., CSF., CWM Muhammad Ichwan Musa, SE., M. S., & MAN, M. S. (2023). *Manajemen Strategi Buku* (Dr. Sitti). Ntelektual Karya Nusantara.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Buku*. Alfabeta, cv.
- Abidin, Z. (2025). *Strategi Promosi Digital dalam Pengembangan Destinasi Wisata Modern*. Jakarta: Pustaka Akademika.
- Mahaliani, R., & Masnita, Y. (2024). *Efektivitas Bauran Pemasaran dan Konten Digital terhadap Minat Kunjung Wisatawan*. Jurnal Manajemen Pemasaran Kontemporer, 12(2), 145-158.

- Wawancara Lapangan. (2025). *Hasil Wawancara dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun (Bapak Ahadian Zulsepriadi, S.Sn., M.M.) dan Pengelola Situs Religi Kecamatan Buru (Bapak Safarudin, Bapak Sajepri, Bapak Normansyah, Bapak Syehabudrrahman, Ibu Deliana, Bapak Jumadi, Ibu Monica Ekawati)*. Kabupaten Karimun
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability* (15th ed.).
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2020). *Strategy Safari: The Complete Guide Through the Wilds of Strategic Management* (2nd rev. ed.). Pearson
- de Wit, B., & Meyer, R. (2010). *Strategy: Process, Content, Context: An International Perspective* (4th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2000). *Marketing* (5th ed.). South-Western College Publishing.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). *Business Essentials* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Principles of Marketing* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons