

DAFTAR PUSTAKA

- Adriel Jordan Anggono Sunarti. (2018). Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang , Kota Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 190–197.
- Astuti, M. T., & Noor, A. A. (2016). Daya tarik Morotai sebagai destinasi wisata sejarah dan bahari. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 25–46.
- Atsarina, A. I. N., & Nurcahyanto, H. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Taman Kyai Langgeng Di Kota Magelang. *Journal of Public Policy and Management*, 7(9), 544-56i.
- Bakaruddin. (2008). *Pengembangan dan Permasalahan Kepariwisataaan*. Padang: UNP Press.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- BUMDes, I. (n.d.). *Modal BUMDes*. <https://infobumdes.id/modal-bumdes/>
- Chandra, G. (2002). *Strategi Program Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi.
- David. (2018). *Desa Raya ‘Seribu Bunga’ Kategori Desa Terbaik Dari Pemerintah Pusat*. Online News Indonesia. <https://olnewsindonesia.com/berita/202018/desa-roya-seribu-bunga-kategori-desa-terbaik-dari-pemerintah-pusat/>
- Gohil, N. (2015). *Role and Impact of Social Media in Tourism : A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism INTRODUCTION: REVIEW OF LITERATURE* : 5(4), 8–15.
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Gohil, N. (2015). *Role and Impact of Social Media in Tourism : A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism INTRODUCTION: REVIEW OF LITERATURE* : 5(4), 8–15.
- Handoko, H. (2011). *Manajemen Edisi ke 2*. Yogyakarta: BPFE.

- Hanung Eka Atmaja, S. R. (2020). Pengembangan Pariwisata Melalui Integrasi Perencanaan Sumber Daya Manusia Dengan Perencanaan Strategis Objek Wisata Taman Bunga Manohara. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah Industri Wisatanya Seperti Provinsi Bali Dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, III(1), 49–69.
- Irawati, N., Priyanto, S. E., & Kristiutarni, Y. P. (2019). Analisis Destination Branding Kawasan Wisata Taman Sari melalui Metode Importance Performance Analysis. *Media Wisata*, 17(November). <https://doi.org/10.36276/mws/v17i2>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Principles of Marketing*. Singapura: Prentice Hall International Editions.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi duabelas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristiutarni, Y. P. (2014). Kawasan Produksi Seni Pahat Batu. *Jurnal Pariwisata*, I(2), 64–71.
- Laksana, P. B., Riyanto, & Said, A. (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi Pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 3(1), 73–79.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Kedua)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Melinda, M. (2019). *Permasalahan Pengembangan Potensi Pariwisata* (Vol. 27, Issue 7).
- Pariwisata Sumut. (2021). *Taman Seribu Bunga Berastagi - Tiket Masuk, 8 Gambar & Lokasi*. [Pariwisatasumut.Net](https://www.pariwisatasumut.net).
<https://www.pariwisatasumut.net/2021/02/taman-seribu-bunga-berastagi.html>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (12th ed.).

Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ratu, C., & Adikampana, I. M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p10>

Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.

Taman Seribu Bunga raya. (n.d.). <https://tamanseribubungaraya.wordpress.com/>

Tangkilisan, H. N. (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: Grasindo Jurnal.

Undang-undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata