

DAFTAR PUSTAKA

- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. media kita.
- Callen, B. (2010). *Marketing, Advertising, and Publicity*. McGraw- Hill Companies.
- Christoper Yudha Erlangga, Gogali, V. A., & Ichsan Widi Utomo. (2024). Analisis Penerapan Model Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Susu Ultra Versi Sheila on 7. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i2.1234>
- Effendy, D. N., & Paramita, D. A. (2021). “Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 45-58.
- Effendy, O. U. (1984). Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi. In *PT.Remaja Rosdakarya Jl*.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Elmertian, D., Sholikhah, & Sari, D. A. P. (2024). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram dengan Pendekatan AIDA Model (Studi Kasus Instagram @Kopikenangan.id). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–77. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Fakhrudin, A., Maria, V. R., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew’s Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 7–16.
- Fill, C. (2002). *Marketing Communications: Context, Strategies, and Applications*. Prentice Hall.
- J. Moleong, L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler dan keller. (2008). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Miles, Mathew B., dan A. M. H. (1994). *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysi*. Sage Publications.
- Munawi, A. S., Yusup, S. M., Mulyana, T., & Kurniawan, D. A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pemandian Air Panas Tirtagangga Cipanas Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(02), 80–86. <https://doi.org/10.52434/jesm.v2i02.242>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi) disertai Contoh Proposal). *Yogyakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat, UPN “Veteran” Yogyakarta Press*.

- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.12048>
- Nugraha, M. C. (2022). *Glamping Solok Radjo : Dingin, Kopi dan ATV*. <https://www.jelajahsumbar.com/glamping-solok-radjo/>
- Pandey, P. dan pandey M. M. (2015). *Research Methdology: Tools And Techniques*. European Union.
- Pranantya, A. F., Sugiono, A., & Adistya, D. (2022). Respons Konsumen Terhadap Instagram Stories Anugerah Travellers Melalui Model Aida Consumer Respons To Instagram Stories of Anugerah Travellers Through the Aida Model. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(September).
- Prima, M., Lindayanti, I., & Nopriyasman. (2019). Koperasi Solok Radjo: Perubahan Kehidupan Petani dan Perdagangan Kopi Arabika di Kabupaten Solok. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 6(3), 457–472.
- Rachmawati, E., & Nugroho, Y. (2020). “Peran Citra Destinasi dan Word of Mouth dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. *Jurnal Pariwisata*, 12(2), 99–110.
- Rangkuti, A. H., & Khairani, L. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Park & Farm Sipirok Melalui Media Digital Instagram Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Marketing Communication Strategies Of Sipirok Park & Farm Tourism Destinations Through Instagram Digital Media In Increa. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 2(1), 43–49.
- Retnasary, M., Dewi Setiawati, S., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Romlah, S., Tinggi, S., Islam, A., & Bangil, P. (2021). Perbandingan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dalam Melakukan Penilaian Operasional. *Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1–13.
- Sciffman, & kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (edisi kedu). PT. Indeks Gramedia.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. CV Nata Karya.
- Solok Radjo. (2023). *HKm KPSU Solok Radjo*. Solok Radjo. <https://solokradjo.co.id/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.

- Suhud, U. (2020). *Promosi Pariwisata dan Perilaku Konsumen Wisatawan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryana, A. (2002). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran. *Universitas Terbuka*, 26(2), 147–173.
- Tjiptono, F. (1997). *strategi pemasaran* (kedua). andi.
- Yoeti, O. A. M. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa.