

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyandi. (2016). *Strategi Pemasaran*.
- Berita Bisnis. (2021). Bauran Pemasaran, Mengenal Manfaat dan Strateginya.
- Hikmah, J. S. . & S. R. (2020). Faktor-faktor yang menentukan keputusan mahasiswa., 2(1), 18–28.
- Jastin, M. F. (2024). No Title. Retrieved from <https://www.detik.com/sumbagsel/wisata/d-7664369/kampoeng-radja-jambi-daya-tarik-lokasi-tiket-masuk-hingga-fasilitasnya>
- Najwati, N., & Zaenudin. (2023). Peran Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Jatinangor National Park. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Jurnal Imliah Sultan Agung*, 744–760.
- Nurma Dewi, A., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Oktavia, A., & Sriayudha, Y. (2018). MENGUNJUNGI TEMPAT WISATA TANGGO RAJO DI KOTA JAMBI, 1(2), 66–71.
- Pratama, R., & Komaini, A. (2019). Tinjauan Manajemen Pengelolaan Obyek Wisata Olah Raga Rekreasi Kampoeng Radja. *Jurnal Stamina*, 2(3), 203–211.
- Putri, D. D. L. (2021). Proses Pemasaran Pada Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak Dan Gas Bumi (Ppsdm Migas Cepu), 9–16.
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Sandria, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Kampoeng Radja Di Kota Jambi. *Journal Development*, 7(1), 60–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v7i1.130>
- Seran, R. B. et al. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Sons, J. W. &. (2012). “*Tourism: Principles, Practices, Philosophies*.” Charles R. Goeldner dan J.R. Brent Ritchie.
- Syadzwinia et al. (2024). Komunikasi Olahraga: Promosi dan Pemasaran Olahraga di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(3), 551–564. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.491>
- Tyas, A. C. N. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Gd Djimbe Santren, Kota Blitar. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 5(4), 375–383.

Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review), *1*(1), 14–27.