

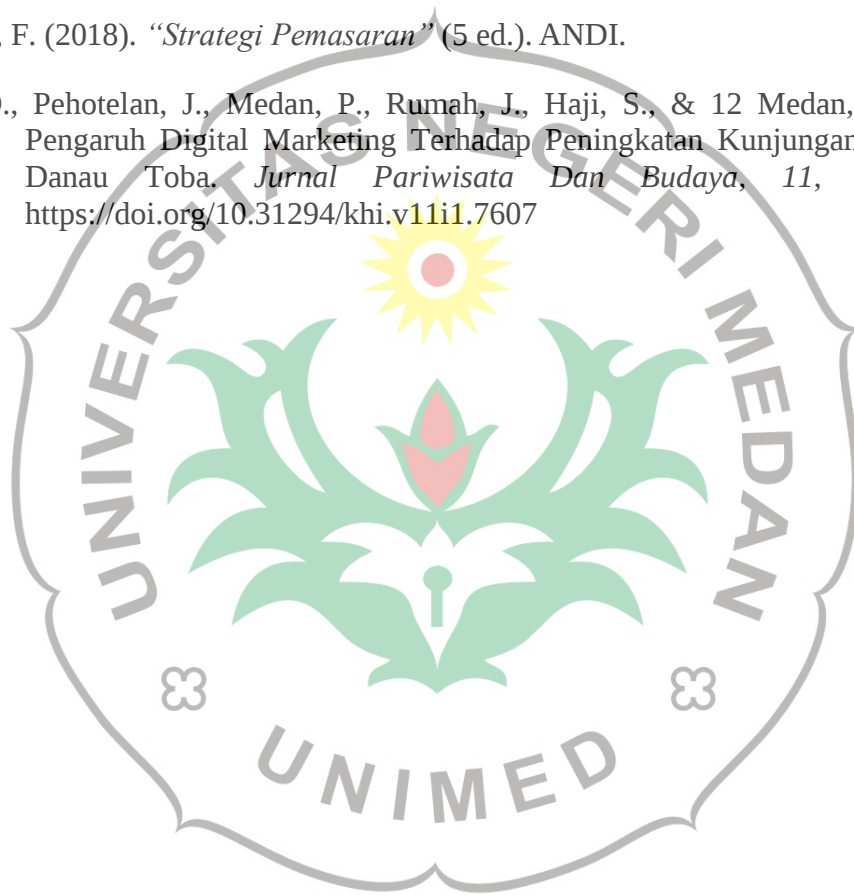
DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2004). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. D. , L. H. (2018). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. dan A. G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (P. dan A. G. Kotler, Ed.; 12 jilid 1). Erlangga.
- Laksana. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Khalifah Mediatama.
- Mulyasa, E. (2008). *Menjadi Guru Profesional*. PT. Remaja Rosdakarya offset.
- Retnasary, M., Setiawati, D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1). <http://ejurnal.univbsi.id/index.php/JIIP>
- Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryasyah, M. (2020). 4 KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT INDONESIA.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (R. Ruslan, Ed.; Cetakan ke-7). PT RajaGrafindo Persada.
- Sangadji, E. M. dan S. (2010). *Metodologi Penelitian*. C.V Andi.
- Sanjaya, Ridwan. T. J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Gramedia.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya*. PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunarto, H. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1).

Tjiptono, F. (2018). *“Strategi Pemasaran”* (5 ed.). ANDI.

Yanti, D., Pehotelan, J., Medan, P., Rumah, J., Haji, S., & 12 Medan, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11, 2655–5433. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7607>



THE *Character Building*
UNIVERSITY