

DAFTAR PUSTAKA

- Adhianti, A. A., & Herlinda, H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Scriptura*, 10(1), 34–42.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.34-42>
- Alviah, I. K., & Juariyah, J. (2023). Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(1), 12.
<https://doi.org/10.47134/jbk.d.v1i1.1908>
- Amanda, R., Narti, S., & Risdiyanto, B. (2019). *Analisis makna tato sebagai media ekspresi diri*. 6(2), 68–77.
- Anom, L., & Safii, A. A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan dan Revisit Intention Pengunjung Wisata Alam di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(2), 144–151. <http://ejournal.stiekia.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/177>
- Asri, O. lintang. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA OBJEK WISATA MUSEUM BUKURAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).
- Badriyatus, N. M., Islam, U., Kiai, N., & Achmad, H. (2023). *Strategi Pelestarian Museum Blambangan Pada Era Industri 4.0 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Banyuwangi The Strategy for Preserving the Blambangan Museum in the Industrial Age 4.0 in Increasing Tourist Visits in Banyuwangi*. 5(3), 575–583.
- Choirunnisak, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Home Industri Hasta Indonesia. In *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Endriana, F., Citra Alnauri, S., & Agustin, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Pariwisata Budaya Terhadap Pelestarian Suku Osing di Desa Wisata Kemiren. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(2), 88–95.

<https://doi.org/10.24036/jkpbb.v3i2.49372>

Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83.

<https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>

Jannah, U., & Moefad, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi Di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9(No. 1), 52–68.

Kharisma, F. (2015). *Kerajaan Blambangan Tahun 1736-1768 Sebagai Muatan Lokal Pembelajaran Sejarah Di Sekolah Menengah Atas* (Vol. 3, Issue 3).

Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Indonesia Villajaya Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 61–73.

<https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1261>

Millah, A. S., Apriyani, A., Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.

Mursidi, A. (2010). Pemanfaatan Museum Blambangan Sebagai Sumber Belajar Sejarah Di Kelas X Sma Negeri Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Paramita*, 20(2), 190–202.

Naamy, N. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar & Aplikasinya. In *Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram* (Issue Maret).

[https://repository.uinmataram.ac.id/2853/1/buku Metode Penelitian.pdf](https://repository.uinmataram.ac.id/2853/1/buku%20Metode%20Penelitian.pdf)

Nurchayyo, R. jat., & Yulianto. (2019). Pengembangan Daya Tarik Wisata Kunjung Museum Melalui Wahana Edukasi Di Museum Pura Pakualaman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 2(1), 57–65.

<https://doi.org/10.36594/jtec/9ncpfx84>

Nursomalia, D. (2024). Efektivitas Pelayanan Umrah Dalam Peningkatan Kepuasan Jemaah Pada Travel PT Asia Utama Wisata Jakarta Selatan Tahun

2023. In *Falkutas Dakwah Dan Komunikasi* (Vol. 15, Issue 1).

- Pramana, Y. A., Candra Brata, K., & Hendra Brata, A. (2018). Pembangunan Aplikasi Augmented Reality untuk Pengenalan Benda di Museum Berbasis Android (Studi Kasus : Museum Blambangan Banyuwangi). *Urnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(5), 2034–2042. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71)
- Sulistyo, A., Suhartapa, S., & Wibowo, A. (2022). Implementasi Marketing Mix pada Objek Wisata Dira Park Ambulu dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan. *Tourism Scientific Journal*, 8(1), 12–28. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.217>
- Sumiyati, S., & Murdiyanto, L. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 171. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.629>
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV . Empang Emak Niyah). 1(2), 191–219.
- Wiksana, W. A. (2017). *Studi Deskriptif Kualitatif tentang Hambatan Komunikasi Fotografer dan Model dalam Proses Pemotretan*.
- Arvianto, Hermawan. (2022) Sejarah Berdirinya Istana Macan Putih dan Prabu Tawang Alun di Banyuwangi, <https://www.liputan6.com/surabaya/read/4984118/sejarah-berdirinya-istana-macan-putih-dan-prabu-tawang-alun-di-Banyuwangi> /diakses pada tanggal 5 mei 2025