

## DAFTAR RUJUKAN

1. Kemenparekraf. Rencana Strategis Kemenparekraf 2020 - 2024. 2020.
2. Fotiadis, A., Polyzos, S., & Huan TCTC. The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. 2021.
3. Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń M. Impact of Covid-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*. 2020. 163 hal.
4. Badan Pusat Statistik. Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019. 2020;
5. Kartiko, N. D., & Pajak DJ. Insentif pajak dalam merespons dampak pandemi covid-19 pada sektor pariwisata. 2020;
6. Griffin J. *Customer royalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*.. Jakarta: Erlangga; 2016.
7. Lupiyoadi R. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat; 2013.
8. Limandono. PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EVENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN SOSIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PAKUWON CITY. 2017;
9. Halvorson K. *Content Strategy For The Web*. 2010.
10. Rancati E, Niccolo G. Content Marketing Metrics: Theoretical aspects and empirical evidence. *Eur Sci J*. 2014;10(34):92–104.
11. H.Hoyle L. *Event Marketing*. 2006;2.
12. Nurochman TW, Suryawardani B. Pengaruh Event Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt.dealpro Indonesia. 2020;
13. Susan G. *30 minute social media marketung*. 2011. 140 hal.