

DAFTAR PUSTAKA

- Alberta, H., dan Wijaya, L. S. 2021. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1.
- Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i1.692>
- Budiarta, I. P., Susanto, B., Wijaya, I. N., & Yudistira, C. G. P. (2020). Strategi Pemasaran Objek Wisata Alas Kedaton Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 6(2), 450–455.
- Durrotunnasikhah, U. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Madiun Umbul Square Dalam Meningkatkan Pengunjung. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Evan. (2024). *Perancangan Strategi Peningkatan Penjualan Di Rumah Makan Sumatra*. [Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. Repository UAJY. <http://e-journal.uajy.ac.id/33271/>
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi.
- Hermawan, Y. A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pemasaran Pariwisata di Desa Kertarahayu. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(3), 209. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i3.33537>
- Irawati, N., & Prakoso, A. A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Berbasis Fishbone Analysis Di Desa Wisata Kasongan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Respati*, 17(1), 26. <https://doi.org/10.35842/jtir.v17i1.438>
- Karmila, & Tazkia Salsabila. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata Curugagung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 449–456.
- Kotler, P. (2023). *Principles of Marketing, Global Edition (19th ed.)*. Pearson Internasional Content. <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781292449333>
- Kotler, P., dan Keller, K.L., (2015), *Marketing Management (15th ed)*, London: Pearson.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 8(4), 11–20.
- Masrin, I., Octary, D., & Akmalia, K. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kedatangan Wisatawan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 204–216. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2921>

- Paramulia, O. C., Mandey, S. L., & Roring, F. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2661–2670.
- 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.
- Salam, H. I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Strategi Pemasaran Pada Pt Nuansa Wisata Prima Nusantara Tour & Travel Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 66. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10422>
- Sejahtri, J. T. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Pemandian Serayu Lestari Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 228. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8607>
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian (Cetakan ke-30), Bandung: Cv Alfabeta.
- Sumartana, I. M., Cahyano, N. P. R., & Sirna, I. K. (2022). Keputusan Kunjungan Wisatawan Ditinjau Dari Fasilitas Obyek Wisata Dan Pemasaran Pada Destinasi Wisata Air Terjun Blangsinga Gianyar Bali. *Majalah Ilmiah Widyacakra*, 5(1), 51–63.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh Di Kabupaten Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 299–314. <https://doi.org/10.54259/mudima.v2i1.363>
- Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Kolam Pancing “Cak Rul Fishing” Dalam Perspektif Marketing 4.0. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 1(2), 130–145. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v1i2.153>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Logbook Bimbingan

MA

Muhammad Ab...

mahasiswa Teknik Industri

Dashboard

Bimbingan Akademik

Bimbingan KIR

Data Institusi

Kerja Praktik

TA

Pendaftaran

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Magang

Kewirausahaan

Proyek Kemanusiaan

Kampus Mengajar

Bimbingan

Search ...

2024/2025 - Genap

Pembimbing 1 TA: Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T.

Tambah Bimbingan

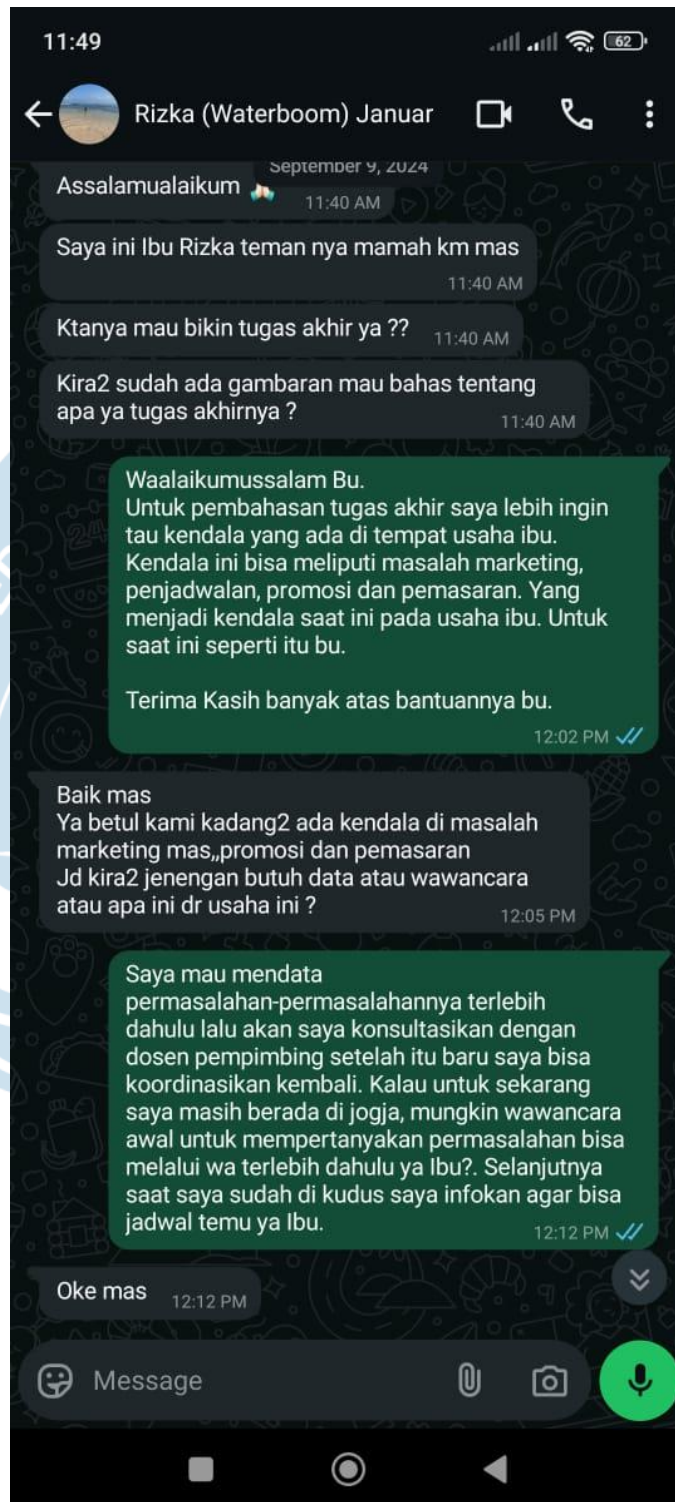
No	Tanggal Bimbingan	Status Pesan	Tipe Bimbingan	Status Bimbingan	Action
1	Senin, 19 Mei 2025 13:57	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	...
2	Senin, 19 Mei 2025 13:56	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	...
3	Senin, 19 Mei 2025 13:52	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	...
4	Senin, 19 Mei 2025 13:50	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	...
5	Senin, 19 Mei 2025 13:49	Menunggu Balasan	Online	Belum dikonfirmasi	...
6	Kamis, 06 Mar 2025 11:02	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	...
7	Kamis, 06 Mar 2025 11:01	Bimbingan Selesai	Online	Dikonfirmasi	...

Data per halaman: 10

1 - 7 dari 7



Lampiran 2: Bukti Persetujuan Objek Tugas Akhir



Lampiran 3: Surat Perizinan Tugas Akhir



FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Nomor : 145/IA2/TI/2024
Hal : Permohonan Penelitian Tugas Akhir

06 Desember 2024

Kepada:
Yth. Direktur Tempat Wisata
Waterboom Mulia Wisata

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan tingkat Sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, setiap mahasiswa yang menempuh mata kuliah Mata Kuliah Berpikir Kritis Proposal Tugas Akhir dan Mata Kuliah Tugas Akhir mendapatkan tugas yang membutuhkan data pendukung secara nyata dan lengkap.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin bagi mahasiswa berikut :

Nama : Muhammad Abid Rizqi
NPM : 210611113

untuk mendapatkan data yang dibutuhkan berupa Survei Tempat Penelitian TA dan data yang berhubungan dengan Tugas Akhir.

Demikian surat permohonan kami. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Dekan,

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJO yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJO. UAJO bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fti.uaoy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext 3148
Fax : +62-274-485-233
Surel : fti@uaoy.ac.id



Lampiran 4: Pernyataan Originalitas

PERNYATAAN ORSINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abid Rizqi

NPM : 21 06 11113

Program Studi : Teknik Industri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul " Perancangan Strategi Peningkatan Jumlah Pengunjung di Waterboom Mulia Wisata Kudus" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2024/2025 bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari pihak mana pun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pemyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Abid Rizqi

Lampiran 5: *Script* Wawancara bersama dengan *Stakeholders*

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
1	Wakil Direktur	Apakah ada permasalahan yang sedang dialami pada Waterpark Mulia Wisata dari pandangan ibu rizka ?	Terjadi permasalahan dimana mulai terlihat pengunjung mulai menurun kedatangannya dan pada hari ramai dan sepi itu tidak konsisten kedatangan pengunjungnya
2	Wakil Direktur	Menurut ibu kenapa hal tersebut bisa terjadi ? Apa penyebabnya menurut ibu ?	menurut saya mungkin karena informasi-informasi yang berkaitan mengenai Waterpark Mulia Wisata belum tersebar luas, baru di kenal orang-orang sekitar.
3	Pekerja	Menurut kakak apakah ada permasalahan atau keluhan yang dianggap mengganggu selama bekerja ?	ada, saya merasa ada beberapa rekan kerja yang tugasnya ringan atau tidak berat, bahkan terdapat rekan kerja yang tidak melakukan tugasnya.

Lampiran 6: *Script* Wawancara bersama dengan *Stakeholders*

No	Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
5	Pelanggan	Menurut bapak apa ada kendala atau masalah yang dialami selama menjadi pengunjung di Waterpark Mulia Wisata	Menurut saya ada, seperti kalau saya mau menyampaikan masukan itu susah karena harus nyampaikan ke pekerjanya. Di mana pekerjanya sibuk, sehingga pekerjanya jarang bisa memberikan jawaban atau menyampaikan masukannya