

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, I. (2010). Usulan Peta Strategi Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Balanced Scorecard (Studi Kasus Kantor Direksi PT. X). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 9(1), 11–20.
- Arsul, Lumenta, A. S. M., & Sugiarto, B. A. (2015). E-Tourism Kabupaten Pulau Morotai, 71–78.
- Bahar, S. (2016). Arsitektur informasi pariwisata kota pagaram menggunakan strategi smart tourism destinations, 340–344.
- Bahrami, M., Ghorbani, M., & Arabzad, S. M. (2012). Information Technology ( IT ) as An Improvement Tool For Customer Relationship Management ( CRM ), 41, 59–64. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.04.008>
- Betari Avinda, C., Sudiarta, I. N., & Oka Karini, N. M. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p10>
- Biduan, P. G. (2015). Strategi Pengelolaan Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupatenkepulauan Sangihe.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. Pearson Education (13th ed., Vol. 28). New Jersey: Prentice Hall. <https://doi.org/10.1688/ZfP-2014-03-Rowold>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. (2016). *Kampung Wisata Jogja* (II). Yogyakarta: Pemerintah Kota Yogyakarta.
- Fariani, R. I. (2014). Analisa Perencanaan Strategi Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi ( Si / Ti ) Dengan Menggunakan Framework Ward & Peppard Di Perguruan Tinggi Abc. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, (September).
- Faslah, R. (2017). Perencanaan strategis sistem informasi, 1(1), 31–38.
- FME. (2013). SWOT Analysis: Strategy Skills. <https://doi.org/http://www.free-management-ebooks.com/dldebk-pdf/fme-pestle-analysis.pdf>
- Giannakis-bompolis, C., & Boutsouki, C. (2014). Customer Relationship Management in the Era of Social Web and Social Customer: An Investigation of Customer Engagement in the Greek Retail Banking Sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.018>
- Grant, R. M. (2010). *Contemporary Strategy Analysis: Text & Cases*. Wiley (8th ed., Vol. 8). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1111/j.1467->

- Gunardi, Sulistiyo, D. S., & Suryana, T. (2012). Usulan Peta Strategis Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Analisis Critical Success Factor (CSF) dan IT Balanced Scorecard. *Http://Jurnal.Unikom.Ac.Id/Jurnal/Usulan-Peta-Strategi.2V*, 10(1), 143–153.
- Hamzah, Y. I. (2013). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 8(3), 1–9.
- Hanggarini, P., & Hendrowati, R. (2010). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Diplomasi Indonesia dengan Tiga Negara ASEAN. *Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 23(4), 277–285.
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Januszevska, M., Jaremen, D., & Nawrocka, E. (2015). The effects of the use of ICT by tourism enterprises. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Service Management*, 16(883), 65–73. <https://doi.org/10.18276/smt.2015.16-07>
- Jasiulewicz-Kaczmarek, M. (2016). SWOT analysis for Planned Maintenance strategy-a case study. *IFAC-PapersOnLine*, 49(12), 674–679. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2016.07.788>
- Kasim, A., Bessie, J. L. ., & Nyoko, A. E. L. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Kota Kupang Melalui Pembuatan Media Katalog Wisata, 4(1), 71–90.
- Kiráľová, A., & Pavlíček, A. (2015). Development of Social Media Strategies in Tourism Destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1211>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., & Arief, R. (2017). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada PT Sunan Inti Perkasa. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan V*, 85–90.
- Lestari, F. P. (2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Kampung Wisata Batik Kauman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.
- Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2013). Managing Customer Relationships in the Social Media Era : Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 270–280.

<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.008>

- Manafe, J. ., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101–123. Retrieved from <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1687>
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research, 13(6), 522–525.
- Novitasari, & Tarmuji, A. (2015). PEMBUATAN MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP. *Sarjana Teknik Informatika*, 3, 60–69.
- Nst, M. fakhru rizky, & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, ISSN: 1693-7619, 14(2), 135–143.
- Nurhayati, S. (2009). Analisis Strategis Sistem Teknologi Informasi dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus: Divisi IT Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung). *Seminar Nasional Informatika 2009*, 2009(semnasIF), 149–154.
- Pemerintah Kota Yogyakarta. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata (2016). Republik Indonesia. Retrieved from [https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCMQFjABahUKewiShKKU8PLGAhVEK6YKHdxSACY&url=http://hukum.jogjakota.go.id/data/Kepwal Nomor 173 Tahun 2014 ttg Penggunaan Pakaian Dinas Tradisional Ga](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCMQFjABahUKewiShKKU8PLGAhVEK6YKHdxSACY&url=http://hukum.jogjakota.go.id/data/Kepwal%20Nomor%20173%20Tahun%202014%20ttg%20Penggunaan%20Pakaian%20Dinas%20Tradisional%20Ga)
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2016). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Prasetya, D. D. (Universitas N. M. (2011). Aplikasi Virtual Tour Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pariwisata.
- Rahajeng, A. (2008). Analisis Faktor Keputusan Wisata Budaya, Sejarah dan Alam Yogyakarta: Persepsi Wisatawan Domestik. *EKonomi Pembangunan: Kajian Ekonomi Negara Berkembang*, 13, 33–49.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (2009). Republik Indonesia.
- Rofiq, A. (2006). Peningkatan Peran Infokom Dalam Mempromosikan Pariwisata Daerah, 1–11.
- Rohmawati, E. (2018). Customer Relationship Management (CRM) Yayasan Pendidikan

- Arrosidiyah, 8(1), 73–84.
- Rosmayani. (2016). Customer relationship management. *Valuta*, 2(1), 83–98.
- Silanegara, I., Tama, B. A., Nurhidayat, D., & Adi, M. H. (2011). Perencanaan Strategis Teknologi Informasi (Studi Kasus: Politeknik Negeri Jakarta). *Jurnal Generic*, 6(1), 13–18. Retrieved from <http://portalgaruda.org/portalgaruda/journals/index.php/generic/article/view/124>
- Siswanto, J., Putra, N. D., Minarwati, Santoso, H., & Syafrianto. (2019). eParticipation of SQA ( Service Quality Assessment ) in the Clinical Laboratory. In *International Conference on Electronics Representation and Algorithm* (pp. 328–335).
- Sriyati, Fiqih Satria, Sri Hartati, S. (2015). Pemanfaatan E-Government Sebagai Media Promosi Di Bidang Pariwisata Ekonomi Kreatif (Studi Kasus : Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Kabupaten Pesawaran). *Jurnal TAM ( Technology Acceptance Model )*, 5(2), 80–87.
- Suleman. (2013). Pemanfaatan Ict ( Information and Communication Technology ) Dalam Promosi Pariwisata Di Indonesia.
- Sulthany, A. E., Makmur, M. H., Administrasi, I., Ilmu, F., Politik, I., & Unej, U. J. (2013). Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi ( Suatu Studi di Desa Sumberasri Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi ).
- Taqwa, P., Jean, D., Sihombing, C., Bata, J., Informasi, S., Mercubuana, U., ... Utara, P. S. (2015). MODEL SOCIAL CRM SEBAGAI STRATEGI BISNIS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA UTARA, 2015(November), 245–251.
- Triznova, M., Ma, H., Dvoracek, J., & Sadek, S. (2015). Customer Relationship Management based on Employees and Corporate Culture, 26(15), 953–959. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00914-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00914-4)
- Van Grembergen, W., & Bruggen, R. V. (1997). Measuring and improving corporate information technology through the balanced scorecard. In *European Conference On Information Technology* (Vol. 1, pp. 1–18). Retrieved from [http://www.ensino.uevora.pt/tmp/cursos/MOSI/sist\\_e\\_tec/balScorecard.doc](http://www.ensino.uevora.pt/tmp/cursos/MOSI/sist_e_tec/balScorecard.doc)
- Van Grembergen, W., & De Haes, S. (2008). *Implementing Information Technology Governance*. IGI Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-924-3>
- Van Grembergen, W., Saull, R., & De Haes, S. (2003). Linking the IT Balanced Scorecard to the Business Objectives at a Major Canadian Financial group. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 5(1), 23–50.

<https://doi.org/10.1080/15228053.2003.10856015>

Ward, J., & Peppard, J. (2002). *Success Factors in Strategic Information Systems. Strategic Planning for Information Systems* (Third). England: John Wiley & Sons Ltd.

[https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90122-K](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90122-K)

Wedhasmara, A. (2009). Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan Metode Ward and Peppard. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(1), 14–22. Retrieved from <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>

Yudi, S. E., & Tambotq, J. J. C. (2013). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Innovation And Diffusion Theory (IDT) Dan Technology Acceptance Model (TAM), (September).

