

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Nawawi, Hadari & Hadari, Martini. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Faisal, Sanapiah. 2005. *Format – Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Hadari. 2015. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ali, Mohammad. 2014. *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Finoza, Lamudin. 2008. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pariwisata*. Yogyakarta : BPFE.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta : Media Utama.
- . 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic.
- Husein, Umar. 2009. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi-3. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Khazali, Rhenald. 2012. *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P. dan K, L. Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik, Ekonomika Pembangunan*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Madjadikara, Agus S .2008. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Manaf, Ngusman Abdul. 2009. *Sintaksis: Teori dan Terapannya dalam Bahasa Indonesia*. Padang: Sukabina Pers.

Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan. Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.

Sujatmiko, Eko. 2012. *Kamus Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Surakarta : Aksarra Sinergi Media.

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing service).

**Swastha, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty.**

Tjiptono, F. 2008. *Strategi pemasaran*. ANDI. Yogyakarta.

#### **Jurnal :**

Tasruddin, R. 2015. Strategi Promosi Periklanan yang Efektif di <https://journal.uin-alauddin.ac.id>

Adhy Riza, Faizal Ahmad., Suryadi., Suprpto, Agung. 2016. Strategi Promosi Perpustakaan Khusus (Studi pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.3, No.12, Hal. 2101-2106 Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang

Fahlevi, Roby. 2018. Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove BSD Kota Bontang. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2018, 6 (1) ISSN 2502-5961 (Cetak), 2502-597x (Onilne), pp 244-257

Fera Ch. Wolah, ferni. 2016. Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso. *e-journal "Acta Diurna"* Volume V. No.2. Tahun 2016

Hikmah Ramadhan, Abdurrahman., Suharyono., Kumadji, Srikandi. 2015. Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 28 No. 1 November 2015, pp 1-6

Lailatul., Aminulloh, Akhirul., Meianzi Yasak, Ellen. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran Kusuma Agrowisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 3, No. 1 (2014) ISSN. 2442-

6962 Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggadewi

Remalya Suliyanto, Abdiel., Sunarti., Pangestuti, Edriana. 2018. Analisis Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Taman Hutan Kota (Taman Bondas) Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 61 No. 4 Agustus 2018, pp 107-116

Sukarni Gestuti, Sri. 2015. Marketing Mix Museum Gula Gondang Baru Klaten Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan. *HOTELIER JOURNAL* Politeknik Indonusa Surakarta Vol. 3 Nomor 2 Desember Tahun 2017 ISSN : 2442-7934, pp 1-12

Susanto, Agus., Sunardi, Ahmad. 2017. Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran Di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto. *Jurnal Komunikator* Vol. 9 No. 1 Mei 2017 Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal

Tasruddin, Ramsiah. 2015. Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember 2015 : 107 – 116

Tiono, Pras. 2015. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur Di Rokan Hilir. *JOM FISIP* Volume 2 No. - 2 Oktober 2015, pp 1-15

Yulianto, Atun. 2015. Strategi Pemasaran PT. Taman Wisata Candi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan dan Laba Usaha Pengelolaan Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko. *Jurnal Media Wisata* Volume 13 Nomor 2, pp 295-307

#### **Skripsi :**

Faoezy, Moch. 2016. Analisis Pengaruh Efektifitas Iklan Internet Dan Kelompok Referensi Terhadap Persepsi Kualitas Dan Dampaknya Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Game *Clash Of Clans*. *Tesis* Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Alhamdani, Taufik. 2015. Evaluasi Promosi Pada Museum Galeri Candi Borobudur” (Analisis SWOT Terhadap Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung). *Skripsi* Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta

Safitrihanjani, Risa. 2011. Strategi Komunikasi Pemasaran Persuasif PT. Taman Wisata Candi Untuk Mencapai Target Pendapatan Pada Objek Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko. *Skripsi* Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**Yuliana. 2010.** Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Warung Apung Jimbung. *Skripsi* Fakultas Sastra Dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Sumber Online :**

[https:// id.wikipedia.org/wiki/TWC\\_Borobudur\\_Prambanan\\_dan\\_Ratu\\_Boko](https://id.wikipedia.org/wiki/TWC_Borobudur_Prambanan_dan_Ratu_Boko)

<https://borobudurpark.com/>

<https://studylibid.com/doc/877608/peranan-komunikasi-pemasaran-dalam>