

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2001. *Periklanan Promosi Pemasaran Terpadu Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- A Shimp, Terence., 2008. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 2, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga
- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Ahmadi, Ruslan. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-1, Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- Andriani, R., & Rahmansyah, M. E. (2015). *PENGARUH GUIDE PERFORMANCE DAN QUALITY TOURISM SERVICE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KEBUN RAYA BOGOR*. II(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Anggun, P, P. (2017). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION CV PARADILA DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS. *Digital Library UIN Sunan Ampel*
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Moleong, *Pendekatan Kualitatif*. (him. 4). Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indrapraja, R. M., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JUNGLELAND ADVENTURE THEME PARK BOGOR DALAM UPAYA MENARIK PENGUNJUNG. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 1(1). <https://doi.org/10.30997/jk.v1i1.137>
- Isma, F., & Utami, D. (2017). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI NEGOSIASI DALAM BISNIS. In *Faiqatul Isma Dwi Utami 105 Komunike: Vol. ix* (Issue 2).

- Kasiyati. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Surabaya North Quay dalam Menarik Minat Pengunjung. *Repository Untag-Sby*.
- Kotler, P ., & Amstrong, G. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P ., & Keller, K. L. (2009). *Management Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P ., & Philip. (2000). *Management Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehalindo
- Memenuhi, U., Mencapai Gelar, S., Sosial, S., & Sos, S. (n.d.). *STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT WAHANA MITRA WISATA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMRAH Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi*.
- Moleong, J, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morgan, J. (2010). *Assessment of a Comfort Indicator for Natural Tourist Attractions: The Case of Visitors to Hanging Rock, Victoria. Volume 8-Issue 5*
- Morissan, A. (2008). *Managemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Mulyana, B. (n.d.). *PENGEMBANGAN KOTA BOGOR SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA INTERNASIONAL*. <http://www.bps.go.id/hasilSP2010/jabar/3271.pdf>
- M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hal. 16
- Neuman W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative, proaches*. Boston: Allyn and Bacon
- Rahmawati, Rima (2020) *Analisis Daya Tarik Wisata Curug Cilember sebagai Destinasi Wisata Alam di Bogor*. Bachelor thesis, STPAMPTA Yogyakarta
- Rismi Somad dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi, Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Alfabeta. Bandung: 2014
- Rosendahl, T. (2009). Tourist Attractions and Their Marketing Communication: *Off the Peg or Tailor-Made?*.

- Roslila, F., Pardede, E. P., & Suryawan, I. B. (2016). *STRATEGI PENGELOLAAN KABUPATEN SAMOSIR SEBAGAI DAYA TARIK WISATA ALAM DI PROVINSI SUMATERA UTARA*. 4(1).
- Ruslan & Rosady. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Senorvitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. New York: Kaplan Inc,
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Tatang, D. (2016). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Pustaka Setia.
- Thomas L. Harris, *Value Added PR – The Secret Weapon of Integrated Marketing*, (Library of Congress Catalogig – in Publicating Data), 1998, hal. 21
- Wijayanti, T. (2012). *Marketing Plan! Dalam bisnis*. Jakarta: PT. Elec Media Komputindo.