

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yusuf Muri. (2013). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan (Pertama). Jakarta: Renika Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2016) Strategic Manajemen, Jakarta: Rajawali Pers, hal. 4-7.
- Belch, George E. dan Michael A Belch. 2012. Advertising and PromotionL An Integrated Marketing Communications Perspective 6th ed. New York: Mcraw-Hill Inc
- Diamond, Stephanie. (2013). The Visual Marketing Revolution. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Floor, M. G., & Raaij, V. (2011). Marketing Communication Strategy (First). Noordhoff itgever
- Goldman, J. (1984). Public Relations in the Marketing Mix. NTC Business Books.
- Glueck, William F., dan Jauch, Lawrence R. (2000). Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (2nd-ed). Jakarta. Erlangga.
- Harris, T. L. (1991). The Marketer's Guide to Public Relations: How Today's Top Companies Are Using the New PR to Gain a Competitive Edge. John Wiley & Son.
- Harris L., Thomas dan Whalen T., Patricia. 2006. The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century. Ohio: Thomson.
- Heru Kristanto,(2009) Kewirausahaan entrepreneurship: Pendekatan Manajemen dan praktik, (Yogya karta: Graha Ilmu), hal.77.
- Kotler, Philip dan Garzy Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. (Terj) Damos Shihombing.
- Liliweri, P. D. (2011). Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana
- Lon Safko, David K. Brake(2009) Pillars Social Media Strategy.

- Moleng, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mackenzie, N. & Knipe, S. 2006. "Research dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology." *Issues In Educational Research*, 16(2), 193-205.
- Mutaqqin, Subhan. 2017. Strategi marketing public relations Museum Angkut + Movie star Studio dalam mempertahankan Image
- Pelsmacker, P., Geuens, M., & Bergh, J. (2001). *Marketing Communication*. Pearson Education Limited.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Pratama.
- Rosady Ruslan. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers h.288
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (konsepsi dan Aplikasi)* (Cetakan ke-11 ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI

Jurnal dan skripsi

- Adena, Riska. (2017). Pemanfaatan Media Berbasis Internet Oleh Gembira Loka Zoo Guna Meningkatkan Mutu Layanan Informasi Kepada Pengunjung. Universitas Islam Indonesia.
- Andryani, K. (2022). *Manajemen Marketing Public Relations Gembira Loka Zoo Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung 2021*.
- Alfiah, Nur.(2022). Strategi komunikasi pemasaran ndayu park untuk meningkatkan jumlah wisatawan di era new normal.

Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*

Rosilawati, Yeni. 2020. Pemasaran Kebun Binatang Gembira Loka Dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Media Sosial Facebook di Masa New Normal.

Soepardi, Edy Mulyadi, 2005“ Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian) ”, *Jurnal Sosial dan Pembangunan* Vol. XXI No. 3.

Wulandari, Trishna Dewi, (2020), Strategi Digital Campaign kebun binatang gembira Loka menghadapi pandemi covid 19, *Jurnal Gama Societa*, Vol. 4 No. 2, Desember 2020, 71-82

Internet

Di akses dari laman akun instagram @glzoojogja pada tanggal 02 April pukul 22.29.

Wahana glzoo, (2023) Sejarah dan Visi Misi Gembira loka Dilihat dari <https://gembiralokazoo.com/about-us> pada tanggal 02 April 2023

Prasetya anggara wikan, (2022) Kebun Binatang Gembira Loka dikunjungi Wisatawan saat Libur Lebaran 2022 Dilihat dari <https://travel.kompas.com/read/2022/05/08/193100527/kebun-binatang-gembira-loka-yogyakarta-dikunjungi-50.000-wisatawan-saat-libur> pada tanggal 10 April 2023 pukul 16.21 WIB.