

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kholik. (2020). *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*.
- Atallarick, M. D., Badri, M., & Herawati, Y. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Komunikasi, dan Pameran terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Museum. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4). <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Cannon, P. dan M. (2009). Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16. *Salemba Empat*.
- Cong, L. C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26(50), 62.
- Cronin, J.J dan Taylor, S. . (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(55), 68.
- Dina Octaviani dan Adiyath Randy. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubu Kalimantan Barat (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort). *E-Journal Equilibrium Manajemen*, 6(1), 5. <http://jurnal.manajemen.upb.ac.id>
- Eagle, L., Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., Tapp, A. (2013). Social Marketing. In *Pearson Prentice Hall* (London).
- Farida Kusuma Astuti, Karunia Setyowati Suroto, E. P. S. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Daging Sapi Dan Implikasi Strategi

- Pemasaran Di Hypermart Kota Malang. *Buana Sains*, 19(1).  
[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.33366/bs.v19i1.1524](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33366/bs.v19i1.1524)
- Fatihudin, D. dan A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan) 2019* (Issue March). Yogyakarta: Deepublish.  
<https://www.freepik.com/>
- Firmansyah. M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- H.Michael Walizer dan Wiener. (2013). *Metode dan Analisis Penelitian : Mencari Hubungan, Sadiman, Alih Bahasa Arief Sukadi*. Jakarta: Erlangga.
- Henry Casandra Gultom, R. D. K. S. dan H. P. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tinat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang. *Buletin Bisnis & Manajemen. Journal Stie Yppi*.
- Imam Ghozali. (2009). *Aplikasi Analitis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analitis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriarto, F. (2006). Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5(3), 243–268.
- Kismono, G. (2001). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality*

*and Tourism* (Sixth). Pearson Education Limited: London.

Kotler, P. & G. A. (2010). *Principles of Marketing (14th ed)*. Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, P. dan G. A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. dan K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta: Erlangga.

Lee, N. R. and P. K. (2011). *Social Marketing :Influencing Behaviors for Good* (US: Sage P).

M. Mursid. (2010a). *Manajemen pemasaran. Edisi 1. Cetakan ke-6*. Jakarta: Bumi Aksara.

M. Mursid. (2010b). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.

Mega Sintia Dewi, I Made Bagus D, dan B. R. L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Minat Konsumen Berkunjung Kembali Pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research, Vol.1*(No.1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.2945>

Mulyati, Y. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200.

Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran

- Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 4. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14113/10711>
- Ratih Hurriyati. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.
- Situmorang, J. R. (2008). “Mengapa Harus Iklan?” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 188–200.
- Sugiarto. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (ed.)). Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tengku Putri Lindung Bulan dan M. Lutfi Azmi. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 313–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326>

- Tjiptono, F. dan G. C. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (ed.)).
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Y. H. M. See, R. E. P. and L. M. E. (2009). *The Impact of Perceived Message Complexity and Need for Cognition on Information Processing and Attitudes*. 43(5), 880–889.
- Zhang, H., et al. (2017). A model of perceived image, memorable tourism experiences and minat berkunjung kembali. *Journal of Destination Marketing & Management*.