

## DAFTAR PUSTAKA

1. Yoeti, Oka. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
2. A.Hari, Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo
3. A.Surachman S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
4. Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
5. Adrian, Payne. 2008. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
6. Amstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introduction Prentice Hall Twelfth Edition”. England Pearson Education
7. Aprilia, Fitria. 2015.” Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Tmpat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu)”. Dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 24 No 1 July 2015. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,Malang.
8. Budhiarta, Nyoman dan Manfaat, Djauhar. Achmad, Tri. 2010. “Analisis Preferensi Wisatawan Cruise Terhadap Pemilihan Destinasi “ Dalam Jurnal Conferensi National Teknik Sipil 4. Program Pasca Sarjana Teknologi Kelautan Fakultas Teknologi Kelautan Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya. Sanur, Bali, Indonesia.
9. C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
10. Coban. 2012. “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan(Studi Pada Wisatawan Yang

- Berkunjung Ke Batu)”. Dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 38 No 1 September 2018 . Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,Malang.
11. Eryani, Analis.2012. “ Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak Provinsi Riau”. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata FISIP Universitas Riau.
  12. Echtner, C., & Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14 (1), 37-48
  13. Fandy Tjiptono, 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi:Yogyakarta
  14. Farida, Naili dan Widiartanto. 2016.”Pengaruh Produk Wisata dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Colo Kudus). Dalam Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Diponegoro. Semarang.
  15. Ferdi, Karunia. 2015. “Analisis Permintaan Obyek Wisata Pantai Bandengan Kabupaten Jepara.” Dalam Skripsi Tugas Akhir. Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.
  16. Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
  17. Grewal, D & Levy, M. (2010). *Marketing 2nd edition*. McGraw Hill. New York
  18. Hanif, Asya. 2016. “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung Ke Kota Batu)”. Dari Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol 38 No 1 September 2016. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
  19. Kasmita, Yuliana dan Rahmadani, Putri.2016.”Analisis Produk Wisata Di Pantai Padang”. Dalam Skripsi Program Study Manajemen Perhotelan FPP Padang. Padang,Indonesia.
  20. Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta;Erlangga.

21. Kotler, P dan Keller L. 2012. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 , Edisi ke-13 Alih Bahasa Bob Sobran, MM*. Jakarta:Erlangga
22. Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta :Prehalindo.
23. Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.
24. Kotler, Philip dan Kevin, L Keller (2012). *Marketing Management*. (Edisi 14). New Jersey. Pearson Education.
25. Kotler, Philip dan Kevin, L, Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
26. Kotler, Philip, dan Kevin L, Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta:Indeks
27. Kotler, Philip. dan Keller, L, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12 Jilid 1). PT. Indeks. Jakarta.
28. Kotler, Philips dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 12, Jilid 1 dan 2). Jakarta: Erlangga.
29. Kotler, Phillip.(2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13. Jakarta; Erlangga.
30. Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”*. Jakarta :Erlangga
31. Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
32. Malhotra, Naresh K.(2009).*Riset Pemasaran*.Jakarta: Fatta.
33. Middleton, Victor. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. London: Butterworth-
34. Mulyadi, Hari dan Trigantiansyah Rela. 2012. “Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan Berkunjung(Study Kasus Pada Pengunjung Cukang Taneuh/Green Canyon Kabupaten Ciamis)”.Dalam *Tourism and Hospitality Essential (THE) Journal Vol 2 No 1 2012*. Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI, Jakarta, Indonesia.

35. Musay, Fransisca, Paramithasari. 2013. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian". Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
36. Nyoman.S. Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
37. Pendit S nyoman, 1994. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta PT.Pradnya Paramita
38. Pitana, I. Gde dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.
39. Pitana, I. Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
40. Priono, Yesser. 2012. "Identifikasi Produk Wisata Pariwisata Kota(Urban Tourism) Kota Pangkalan Bun Sebagai Urban Heritage Tourim" Dalam Jurnal Perspektif Arsitektur Volume 7/ No 2. Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia.
41. Priyanto, Rizky dan Widiartanto. 2016." Pengaruh Produk Wisata, Destination Image dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang)". Dalam Jurnal Administrasi Bisnis. Jurusan Administrasi Bisnis Univrsitas Diponegoro. Semarang.
42. Rismiyati, E. Catur dan Ig. Bondan Suratno. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Kanisium.
43. Saefullah, Asep dan Sudaryono (2012). *Statistik Deskriptif-Langkah Mudah Analisis Data*. Yogyakarta, C.V Andi Offset.
44. Saputro, Rihasta, Mega. 2015. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Grand Panorama Resto Semarang)" Dalam Skripsi Tugas Akhir. Semarang, Jawa Tengah, Indonesia
45. Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia

46. Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta : PT Indeks.
47. Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba 4.
48. Selang, Christiani, A.D. “ Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado”. Dalam Jurnal ISSN 2303-1174. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas San Ratulangi Manado.
49. Setainto, Buddy. 2016. *Analisa Seluruh Industri Sektor dan Sub Sektor Saham Di BEI 2015*. BSK Capital.
50. Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
51. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
52. Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
53. Suswantoro, Gamal. 2007. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
54. Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta
55. Tjiptono Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
56. Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. C.V. Andi Offest.
57. William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
58. [www.Indonesia-investments.com](http://www.Indonesia-investments.com)
59. [www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id)
60. ([www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)).