

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmawati, R., & Wahyudin., M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Daya Saing*, 5(1), 54–61.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction, and behaviour intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after-purchase behavior: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607–616.
- Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2002). *Marketing Research Methodological Foundations* (Eight). South Western, A Division of Thomson Learning.
- Daradjat, Z. (2012). *Fasilitas Transportasi Konsumen*. CV Alfabeta.
- Day, R. L. (1984). Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 496–499.
- Fandy, T., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Andi.
- Gaspersz, V. (2004). *Production Planning and Inventory Control*. Gramedia.
- Japariato, E. (2019). Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Minat Berkunjung Ulang Mall Di Surabaya Melalui Perceived Quality Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.17-26>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (Fourteenth). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Dua belas). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Ketigabelas). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Prentice-Hall Published.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behaviour at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784–807.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio : Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156. [file:///C:/Users/Perpus/STIE/Downloads/294-Article Text-848-1-10-20200611.pdf](file:///C:/Users/Perpus/STIE/Downloads/294-Article%20Text-848-1-10-20200611.pdf)
- Matzler, K., Bailom, F., Hinterhuber, H. H., Renzl, B., & Pichler, J. (2004). The Asymmetric Relationship Between Attribute-Level Performance and Overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of The Importance-Performance

- Analysis. *Industrial Marketing Management*, 33(4), 271–277.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Perilaku Konsumen* (L. Salim (ed.)). Erlangga.
- Muzayyin, Muhammad UmarHijrin Fithroni S.Or., M. P. (2019). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Members di Fit N Shape TERHADAP KEPUASAN MEMBERS DI FIT N SHAPE WORKOUT CENTER SURABAYA. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 7, 99–110.
- Ngatno. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi dalam Riset dan Bisnis Dengan Program SPSS*. CV. Farisma Indonesia.
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Alta.
- Parmin. (2017). Pengaruh Service Quality dan Fasilitas Terhadap Minat Berobat Kembali Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening di RSUD dr. Soedirman Kebumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 122–136.
- Prasetyo, D. Y. (2016). Pengaruh motif, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pemilihan fitness center (studi pada member Fitness Center Best Gym Malang). *Pengaruh Motif, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap ...*, 21(1), 58–69. <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=75999>
- Rizal, W, K. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–7.
- Sangadji, E. ., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2020), 56–73.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Ketujuh). PT. Indeks.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sulistiyari, I. N. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang),. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1).
- Suryosubroto. (2010). *Dasar-Dasar Kependidikan*. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Ketiga). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Tri Palupi Robustin. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Member Dewa Ruci Gym Di Kabupaten Jember. *Prosiding Seminar Nasional*, 2(4), 33–51.
- Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behaviour* (2 nd). John Wilwys Sons.
- Wiratini, N. N. A., Etiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 7.1*, 7(1), 279–308.

