

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007, Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta.
- Aritonang, E. (2010). *Gizi Dalam Daur Kehidupan*. IPB Press.
- Abaharis, H., Meirina, E., & Dewi, A. S. (2019, July). KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA PULAU PASUMPAHAN DILIHAT DARI IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN. In The 2nd Annual National Conference for Economics and Economics Education Research.
- Andreson, S., Young, D., & Vachal, K. (1994). North Dakota Grain and Oilseed Transportation Statistics 1993–94 (No. UGPTI Publication No. 101). Upper Great Plains Transportation Institute.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix 7-p) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Bachtiar, M. L. (2016). Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap Minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai kabupaten gunungkidul (studi pada mahasiswa strata 1 fakultas ekonomi Universitas negeri yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 40-49.
- Bagus, I. G. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Baker, D. A., and Crompton, J. L. 2000. “Quality, satisfaction and behavioral intentions”. *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 785-804.
- Betty Silfia Ayu Utami, A. K. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemic Covid-19. *JEEP Vol. 4 No.1*, 383-389.
- BPS. (2021). Kunjungan wisatawan mancanegara per bulan menurut kebangsaan. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1470/1/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html>.
- Dialeksis. (2022). *Terhitung Hari Ini, Parkir Lokasi Tertentu Untuk Sepmor Jadi Rp 2000*. Suara.Com.
- Disparbud. (2020). *Wisata Alam Gosari*. Disparekrafbudpora Gresik. <https://disparbud.gresikkab.go.id/>

- Elat, T. P., Kawet, L., & Tumbel, A. (2014). Bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen di Hello Tours and Travel Manado. *Emba*, 2(3), 399–410.
- Gemini, D., & Rosadi, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Strategi Kepuasan Pelanggan Pada Niki Sae Building Bogor. *Jurnal Visionida*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30997/jvs.v4i1.1307>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (IX)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFYogyakarta
- Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis Pengaruh Service Marketing Mix 7P Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 37–49. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i1.316>
- Hidayah, N. (2017). *Strategi Bersaing Destinasi Pariwisata*. Nurdin. <https://pemasaranpariwisata.com/2017/11/06/strategi-bersaing-destinasi-pariwisata/>
- Hijriah, M., Nurnajamuddin, M., & Serang, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Tata Kelola*, 7(1), 78-87.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas*.
- Hutasoit, T. (2011). Pengaruh iklim organisasi, kepuasan kerja dan motivasi berprestasi terhadap kinerja guru: studi empiris di SMP Negeri Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara (Doctoral dissertation, UNIMED).
- Irawan Hamdi. (2002). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, Philip. (2005.) *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua. Edisi Kesebelas*. Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Satu. Edisi Keduabelas*. Jakarta:Erlangga.)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Kotler & Armstrong, Principles of Marketing* Pearson. In Pearson.

- Lainatussifa, L., Priatna, W. B., & Suwarsinah, H. K. (2021). Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*, 11(1), 45–64. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran (pendekatan praktis)*. Graha Ilmu.
- Layungsari, M., & Yuniati, T. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Martpoint. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Liyang, Zhou Tze., Wang, Xiaolin. (2012). Tourist Satisfaction-based Tourism Destination Image Mode – TSS. Available from <http://www.ikk9.com>
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lovelock and Wirtz. (2011). *Services Marketing (People, Technology, Strategy)*. England: Pearson Education Limited
- Marolop. (2021). *BAB I Tempat Tinggal Tempat Tujuan*.
- Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2.penerbit salemba empat.jakarta.
- Monroe, S. M., & Harkness, K. L. (2005). Life stress, the "kindling" hypothesis, and the recurrence of depression: considerations from a life stress perspective. *Psychological review*, 112(2), 417.
- Munhurrun,P.R.,V,N., Seebaluck., and P. Naidoo.(2014).Examining the structural relationship image, perceived value, tourist satisfaction and loyalty: case of Mauritius. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 175 (2015) ; 252 -259
- Nurchayo, F., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(4).
- Palmatier, R. W., & Crecelius, A. T. (2019). The "first principles" of marketing strategy. *Ams Review*, 9(1), 5-26.
- Parasuraman, A, Zeithaml, VA, dan Berry, LL, (1988), SERVQUAL: Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-37.
- Payne, A. (2000). *Pemasaran Jasa. The Essence of Service Maerketing*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

- Payne, Adria (2007). Pemasaran Jasa. Terjemahan Fandi Tjiptono. Andi, Jakarta.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Rahman, M., Islam, M. S., Amin, M. Al, Sultana, R., & Talukder, M. I. (2019). Effective Factors of Service Marketing Mix on Tourist Satisfaction: A Case Study. *Asian Social Science*, 15(7), 1. <https://doi.org/10.5539/ass.v15n7p1>
- Ramadani, C. P. (2020). The effect of marketing mix 7Ps, customer experience, and customer relationship marketing on customer loyalty mediated by Indomaret Customer Satisfaction in Surabaya.
- Rambe, O. I. (2014). *Service Marketing Mix Effects to Re- Visiting Waterpark*.
- RITONGA, H. M., PANE, D. N., & RAHMAH, C. A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *JUMANT*, 12(2), 30-44.
- Rukiah. (2018). Bauran Pemasaran Jasa Dalam Mempengaruhi. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 20(2), 151–160.
- Rodriguez, A. (2013). Tourism and the Marketing Mix. Retrieved April 20, 2017, from <http://www.freenomads.com/blog/?p=296#sthash.MyMLkbAk.dpbs>
- Sandria. (2019). *Keywords : Marketing, Marketing Mix, Customer Satisfaction*. 7(1), 60–69.
- Sari. (2012). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN JAWA TIMUR PARK II KOTA BATU*. 0910220102.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behaviour*. Ninth Edition.
- Setianingsih, W. E. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pondok Angkringan Kang Teek Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1).
- Shih, D, (1986). VALS as A Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience, *Journal of Travel Research*, Vol. 24, No. 4, pp.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujibto, B. J., & TS, S. S. (2021). Dari Nature ke Pamer: Makna dan Motivasi Berwisata Generasi Muda. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(2), 406-423.
- Suprayogi, A. M., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(1).
- Suyit. (2018). *Promosikan Destinasi Wisata Alam Gosari, Pengelola Adakan Festival Jajanan Tradisional*. CahayaPena.
<https://www.cahayapena.co.id/uncategorized/promosikan-destinasi-wisata-alam-gosari-pengelola-adakan-festival-jajanan-tradisional.html>
- Swastha, B. Irawan. (2002), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Yogyakarta. Liberty.
- Tjiptono (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. & Diana, Anastasia. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Utama, I. G. B. R., & Bagus, I. G. (2016). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Hospitalitas (dilengkapi studi kasus penelitian)*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Services Marketing* (Y. Das, ananya Srivastava, B.Paromita, & D. Luiz (ed.); 3rd Editio). Pearson Education Limited.
- Yoeti, O. A. (2005). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Angkasa.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing, Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill, New York.