

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, nita D. (2015). Pengaruh Good Cooperate Governance dan Earning Power Pada Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Skripsi*, 6, 1–32.
- Assaury. (2019). *Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam, 2019*.
- Bachtiar, M. L., & Arif Wibowo, M. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali DI Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. *Manajemen Bisnis Indonesia*, Jilid 1, 40–49.
- Ginting. (2014). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Handayani. (2013). Minat Berkunjung Kembali Teoritis. *Encephale*, 53(1), 59–65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>
- Heizer dan Render. (2016). Analisis Penetapan Lokasi Strategis suatu Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6–19.
- Hermawan, A. (2018). *9 Universitas Internasional Batam. 2016*, 9–43.
- Keller, K. & A. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. 14–46.
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2015). *BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor) Pendahuluan Pariwisata merupakan sektor yang sedang berkembang dan memperlihatkan Kepala Sub Bagian Jasa dan Informasi Kebun Raya Bogor , Sofi Mursidawati menyatakan ba*.
- Kotler&Amstrong. (1967). Proses Menurut Para Ahli. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 9–44.
- Kotler&Amstrong. (2013). Pshycal Evidence International Research. *Book of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler&Amstrong. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo Skripsi. *Teoritic of Linguistics*, 3(2), 139–157. https://www.euskalit.net/archivos/201803/modelogestionavanzada_2018.pdf ?1%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786739%0Ahttps://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/HCT-2018.pdf%0Ahttp://pepsic.bvsalud.org/pd
- Kotler&Keller. (2016). Persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. *Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*,

10–31.

- Kotler. (2017). Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gamalumajang*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler dan Amstrong. (2014). Landasan Teoritis Semua Tentang Promosi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 77(2009), 10–51.
- Lopez. (2015). PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN WISATAWAN Studi pada Wisatawan Dunia Fantasi Ancol. *Management Analysis, Edisi 51*(1), 51.
- Lupiyoadi & Hamdani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Buku Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Marpaung. (2017). “Kawasan Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda 2005-2017 (Suatu Kajian Tentang Mobilitas Sosial Masyarakat Sekitarnya. *Research Universitas Pendidikan Indonesia, c*, 2–27.
- 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). *BUKU MATERI AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Nurasiah. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Hotel AR-Riyadhi Tanjung Jabung Barat*. 2507(February), 1–9.
- Rambat Lupiyoadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Fakultas Ekonomi, Universitas Slamet Riyadi Surakarta*, 16(3).
- Rambat Lupiyoadi. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *RISMA : Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/risma.v8i2.1003>
- Rambe, I. O. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Domestik Ke Pantai Parangtritis. *Ekobis Dewantara*, 1(3), 23–32.
- Ratih Hurriyati. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe LOL (Lick Over Lips) Bandung*. 15–43.
- Sopyan. (2015). Peranan dan pengaruh Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Sugiyono. (2012). *[TERBARU] Pengertian Kuesioner Menurut Para Ahli - IMP Books*.

- Sugiyono. (2014). *Metode Analisis Data Menurut Para Ahli*.
- Sugiyono. (2016a). *Pengertian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Menurut Para Ahli Lengkap*.
- Sugiyono. (2016b). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian*. 20–27. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2mqxg>
- Sugiyono. (2017a). Metode Pengambilan Sampel Menurut Para Ahli. *Rumus Pengambilan Sampel*, 4, 9–15.
- Sugiyono. (2017b). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Tekstil & Garment Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). *E-Artikel: Unpas*, 33–56. <http://repository.unpas.ac.id/28039/6/bab3fix.pdf>
- Sugiyono. (2017c). Populasi dan Sampel menurut Para Ahli. *Operational Research of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2017d). Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 3 . 1. 69–76.
- Susanto, B., & Nursamsu, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Selo Park Nganjuk. *Artikel Riset Entrepreneurship*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1284>
- Titing, K., Rochmah, P. N., & Apay, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Lawangwangi Creative Space- Dago Giri Bandung. *Sains Terapan Pariwisata*, 1(1,p.), 12–24.
- Tjiptono. (2015). *Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Pemasangan Iklan Media*.
- Tjiptono. (2016). *Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran* , (Jakarta: Erlangga, 2008) Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga* , (Yogyakarta: Bayu Medi publishing, 2008). 26–36.
- Tjiptono. (2018). Promotion Research International. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, 10–28.
- Yani Pebrinalda. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Mengunjungi Ulang Pariwisata Pulau CUBADAK di Tarusan Pesisir Selatan*.
- Zeithaml. (2013). Manajemen. *ebook of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.