

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh fasilitas, harga tiket dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung di obyek wisata telaga ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, (1), 987–999.
- Asikin, N., Taufik, M., & Nawangsih. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung ( Studi Pada Perkulungan Kolam Renang Veteran Lumajang ). *Progress Conference*, 2(July), 597–603.
- Azizah, S. N., & Usmanoro, F. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen. *Jurnal Pariwisata*, 6(1), 32–38.
- Berthanila, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan). *Sawala*, 5(2), 7–16.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Ginting, N. F. H. (2012). *Manajemen Pemasaran (Cetakan 2)*. Bandung: Yrama Widya.
- Hennayake, Y. (2017). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction of Public Sector Commercial Banks: A Study on Rural Economic Context. *International Journal of Scientific & Research Publications*, 07, 156.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Jati, T. D. S. A., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Promosi, Tarif, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung( Studi Pada Pengunjung Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Karlina, T. (2019). Upaya Indonesia Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Kepulauan Riau. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih. (2015). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i1.7220>
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *MENARA Ilmu LPPM UMSB*, XIII(1), 190–205.
- Purwanti, A. (2016). Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Kegiatan Visit Batam 2010. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 29. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i1.1834>
- S, M. Y., Amri, & Erwin. (2019). Pengaruh Strategi Promosi, Daya Tarik Wisata, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung yang Berdampak

- kepada Kepuasan Wisatawan di Kota Pangkal Pinang M. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 5, 160–179.
- Sakyi, D. (2020). A comparative analysis of service quality among ECOWAS seaports. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 6, 100152. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100152>
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Cetakan Ke). Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, K., & Simanjuntak, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Pada Motor Kawasaki Prima di Kota Batam. *JURNAL ILMIAH KOHESI*, 4(3), 210–217. Retrieved from <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/download/159/165>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sufriadi, D. (2018). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN PADA PT . POS INDONESIA ( PERSERO ) BANDA ACEH. *Jurnal Ekombis*, 4(2), 121–132.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: AlfaBeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. D. S. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Syahrul, A. R., & Saputra, S. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education*, 6(2), 176–191. <https://doi.org/10.22202/economica.2018.v6.i2.2606>
- Tjiptono, F. (2014a). *Pemasaran Jasa - Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014b). *Pemasaran Jasa (prinsip, penerapan, dan penilaian)*. Jakarta: ANDI.
- Vesilia, A., & Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di Kota Batam. *Jurnal Pundi*, 2(2), 169–180. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.78>
- Wenas, R. S. (2016). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt.Hasjrat Abadi Cabang Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 154–163.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktif SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Yuliana, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Little White Café Kota Bandung. 2(2), 9–19.