

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Aliffudy, V., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi kasus pada Jawa Timur Park 3 Kota Wisata Batu). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(12).
- Albarq, A. N. (2014). Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*, 14-22.
- Ariana, Nyomandan I Nyoman Sudiarta. 2006. Implementasi Marketing Mix Pada Masing-Masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, Desember 2006, Vol 6, No. 2..
- Dewi, K. (2019). Pengaruh Produk Wisata dan Kebijakan Harga terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Media Wisata*, 17(2), 90-102.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP. Undip, Semarang.
- Fitriani, D., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus pada Pariwisata Alam Omah Kayu di Batu). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(05).
- Frans Gromang. 2002. *Tuntunan Keselamatan dan Keamanan Wisatawan*. Jakarta: Pradnya Paramita.

- Hermawan, H. (2017). Pengaruh daya tarik wisata, keselamatan, dan sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan: studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1).
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.
- Mandagie et al. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai –Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA*. Volume 6. Nomer.4.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2 Oktober), 144-155.
- Naimah, H., Arifin, R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pengunjung Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(18).
- Putra, S. A., & Darmastuti, I. (2013). *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Sari Kaligawe, Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Ramadhani, N. D. P., Rini, R., & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 162-171.
- Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini, R. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 124-133.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 189-196.
- Sondakh, P. M. N. (2016). Pelayanan, Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Sugiyono (2004) "Metodologi Penelitian kuantitatif" edisi revisi, PT.Remaja Rosda Karya Bandung.
- Yudistira, I. G. A. A., & Susanto, A. (2012). Keselamatan Pengunjung Tempat Wisata. *WIDYA*, 29(320).
- Buku:
- AICST, A. (2006). Plan of Action for Sustainable Tourism Management in Asia and the Pacific. Phase II (2006-2012)

Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke. *The Journal of Product And Brand Management*, 19 (5) 2010.

Departemen Pendidikan Nasional. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi keempat Pusat Bahasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke. *The Journal of Product And Brand Management*, 19 (5) 2010.

Departemen Pendidikan Nasional. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi keempat Pusat Bahasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Guidelines for safe recreational water. Volume 1, coastal and fresh waters. (2003). Risk Management (Vol. 1).

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Kotler, Phillip dan Gary Amstrong, *Dasar –dasar pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.

Kotler, Philip, Jhon T. Bowen, and James C. Makens. 2006. *Marketing Hospitality and Tourism*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education.

Monroe, K.B. (2003) .*Pricing: Making Profitable Decisions*. (3th ed). New York: McGraw-Hill.

Meyers, Koen. 2009. *Panduan dasar pelaksanaan ekowisata*. Jakarta: Unesco office Middleton, Victor T,C. 2009. *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Nyoman S.Pendit(1994).“*Ilmu Pariwisata tahun(1994)*.”

Schiffman, dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.

Sekaran, U. d. (2017). . Metode Penelitian untuk Bisnis.Jakarta: Salemba Empat.