

Daftar Pustaka

Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Jakarta. Ghalia Indonesia.

_____. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kedelapan. Bandung : Alfabeta.

Andreansyah, Riezky Bhrammana. 2014. *“Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara”*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 6 (2014).

Asya, dkk. 2016. *“Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan”*. Vol 38 No.1 Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).

Daryanto. 2006. Pengelolaan Budaya dan Fasilitas Umum. Yogyakarta. Gavamedia.

Edri Salsa Putra. 2017. *“Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Carocok Painan”*. Jurnal Manajemen Perhotelan (UNP).

Fitri, dkk. 2015. *“Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung” (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu)*. Vol. 24 No. 1.

Ilhamda, dkk. 2017. *“Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Cororok Painan”*. Jurnal Economica.

Isnaini, dan Yusri Abdillah. 2018. *“Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang”*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 55 No. 2.

Joegensen, Louise Gylling. 2004. *“ An Analysis of a Destination’s Image and the language of Tourism”* Uniquely Singapore. 9 September. P.13

Kotler, Philip dan Keller. 2002. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta. Erlangga.

_____.2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

_____. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

_____. dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.

Nicklouse, dkk. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder*. Vol.3 No.1.

Nurhayati, Arifin Utha. 2016 “*pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menginap konsumen pada hotel zahra syariah kendari*” Jurnal UHO. Vol 1, No 2.

Putri, dkk. 2013. “*pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata dan experiential Marketing terhadap loyalitas melalui kepuasan*”. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

Richardson & Fluker. 2004. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi

Sangkaeng, Stella, dkk. 2015. “*Pengaruh citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara*”. Jurnal Manajemen Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Penelitian Konsumen*. Bogor : Kencana

Soemirat, dkk. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Sirait, Helen. 2016. “*Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*” . Jurnal ilmu Manajemen.

Sugiyono 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

_____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

_____. 2010. *Metode Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Alfabeta .

Swastha, dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.

Syahrul, Allfatory Rheza. 2014. *“Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai”*. Vol. 7 No.1 Tahun 2015 (71-82).

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Andy Offset. Yogyakarta.

_____, 2007. *Strategi Pemasaran*. 2 . Andi. Yogyakarta.

_____.2008. *Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Malang : Penerbit Bayumedia.

United Nation Organization.2002. *Prinsip-prinsip Citra Destinasi*.

Yuliani, Mega. 2013. *“faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung dan menikmati wisata di delta fishing”*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 2 (2013).

Zakia, dkk. 2014. *“Pengaruh Produk Wisata, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening”*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

THE
Character Building
UNIVERSITY