

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- 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.
- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 15(1), 165–175.
- Astuti, S. N. (2019). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Agrowisata Kabupaten Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terpadu*, 11, 2.
- Castyana, B. (2013). Pengaruh Program Pariwisata Olahraga Borobudur Interhash 2012 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Ke Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Magelang. *Unnes*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IMB SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- Keller., K. P. &. (2016). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kemendikbud Ristek. (n.d.). <https://museum.kemdikbud.go.id/museum>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1 (Ed.)). Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12Th diter). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid Satu*.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- PP No.66 Tahun 2015 tentang Museum. (n.d.). <https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>
- Rahmadayanti, T. &, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Riyono, & Budiharja, E. G. (2016). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal Sitie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Al-Dzahab*, 2(2), 93–105. <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Yogyakarta*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W & Utami, L. R. (2019). *The Master Book Of SPSS*. Start Up.

- Sukma, K.A., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). Pengaruh celebrity endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih wajah Men's Biore. *E-Journal Unud*, 4016–4043.
- Sulistiyana, R. T & Hamid. D, A. D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Satwa Taru Jurug Solo. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 25, 86214.
- Sumiati, & Habibah, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. 1 NO 1*, 31–48.
- Suwantoro G. (2002). *Dasar dasar Pariwisata Yogyakarta*. Andi.
- Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2)*. BPFEE, UGM.
- Tjiptono F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Andi Offset.
- Venessa, I. Ariffin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Adminidtrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48. <https://doi.org/http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2105>
- Viverawati, & M. W. U. E. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata Jilid 1. In Usaha Jasa Pariwisata (1st ed.)*.
- Wahyuni, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic (Studi pada remaja Pengguna Kosmetik Natura Republik di Malang). *Ethes*

UIN Maulana Malik Ibrahim.

Widarjono, A. (2020). *Analisis Regresi dengan SPSS* (1st ed.). UPP STIM YKPN.

Wijaya, Y. P. (2018). *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Indomaret Di Jabodetabek Tahun 2018*. 1–111.

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan alat analisis SPSS 24 & SmartPLS* (1st ed.). UPP STIM YKPN.

Zebua, F. N. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Plnologi Unpas*, 5 No 1.