

DAFTAR PUSTAKA

- Alelign, D. 2014. The impact of marketing mix on customer satisfaction -a case of MOHA Soft Drinks Industry S.C, Hawassa Millennium Plant. *International Journal of Academic Research* 1(1):59-72
- Azhar, M., Jufrizen, M. Andi, dan Maya S. 2018. The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Hospitalidade* 15(2):124-137.
- Berkowitz, E. 2010. *Essentials of Health Care Marketing*. 3rd Edition. Jones and Bartlett Learning, Sudbury.
- BPS. 2019. Provinsi Jawa Barat dalam Angka 2018. <https://jabar.bps.go.id/publication/2018/08/16/d8b96de2227964029m38666e4/rovinsi-jawa-barat-dalam-angka-2018.html>. Diakses 19 Maret 2019.
- Cengiz, E. dan Hilmi E. 2007. The effect of marketing mix on positive word of mouth communication: evidence from accounting offices in Turkey. *Innovative Marketing* 3(4):74-86.
- Durianto, D. Sugiarto, dan T. Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel, J. 1994. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen, alih bahasa: Budiyanto)*. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Etikan, I., Sulaiman A., dan Rukayya S. 2016. Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theroretical and Applied Statistics* 5(1):1-4.
- Fujiastuti, A . 2013. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen (studi pada Rumah Makan Saung Gunung Jati Tasikmalaya)*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Telkom. Tugas Akhir.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giray, F., Bektaş K., Fatmagül Ç., Abdou G. 2019. Rural tourism marketing : lavender tourism n Turkey. *Ciência Rural, Santa Maria* 49(2).
- Griffin, Jill. 2007. *Customer Loyalty*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Haryono, G. 2017. Pengaruh kepuasan atas bauran pemasaran terhadap loyalitas pengunjung pada Taman Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 2(3):169-178.
- Kamau, F., Waweru, Peter, dan Misiko. 2015. The effects of the marketing mix on choice of tourist accommodation by domestic tourists in Kenya. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics* 2(2):25-34.



- Kotler, P. 1991. Marketing (Marketing, alih bahasa: Drs.Herujati Purwoko M.A). Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler,P. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi kedelapan. Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller. 2012. Marketing Management. Edisi 12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Magatef, S. 2015. The Impact of Tourism Marketing Mix Elements on the Satisfaction of Inbound Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Social Science* 6 (7):41-58.
- Mahbubi, A., Uchiyama T., dan Hatanaka K. 2019. Capturing consumer value and clustering customer preferences in the Indonesian halal beef market. *Meat Science* 156:23-32.
- Mohammad, H. 2015. 7Ps marketing mix and retail bank customer satisfaction in Northeast Nigeria. *British Journal of Marketing Studies* 3(3):71–88.
- Muala, A. 2012. Assessing the relationship between marketing mix and loyalty through tourists satisfaction in Jordan Curative Tourism. *American Academic & Scholarly Research Journal* 4(2).
- Muzha, V.K., 2013. Pengembangan agrowisata dengan pendekatan community based tourism (studi pada dinas pariwisata Kota Batu dan Kusuma agrowisata batu). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(3):135-141.
- Nachrowi, D. dan H. Usman. 2006. Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sarker, M., Wang A., dan Summaya B. 2012. Investigating the Impact of Marketing Mix Elements on Tourists ‘Satisfaction: An Empirical Study on East Lake. *European Journal of Business and Management* 4(7):273-282.
- Sekaran, U dan R. Bougie. 2010. *Research methods for Business A Skill Building Research Approach*. 5th Edition. John Willey and Sons. Inc, New York.
- Selang, C.A., 2013. Bauran pemasaran (*marketing mix*) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada *Fresh Mart* Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(3).
- Setiawan, P. 2016. Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan produk Pak Oles. Magister Manajemen Farmasi. Universitas Gadjah Mada. Master Thesis.
- Singh, M., 2012. Marketing mix of 4P’s for competitive advantage. *IOSR Journal of Business and Management* 3(6):40-45.
- Sonika. 2016. Impact of marketing mix elements on satisfaction: mediating effect of brand awareness. *Journal of Marketing and Consumer Research* 20:40-47.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN TAMAN BUAH
MEKARSARI DI KABUPATEN BOGOR**

VEMI RAHAYUNINGSIH, Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

- Supranto, J. 1991. Metode Riset : Aplikasinya dalam Pemasaran. Edisi Lima. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Taman Buah Mekarsari. 2019. Tentang Mekarsari. <http://mekarsari.com/web/tentang-mekarsari/> . Diakses tanggal 14 Maret 2019.
- Tjiptono, F. 1997. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wahab, N., Lailatul F., Siti A., dan Siti N. 2015. The relationship between marketing mix and customer loyalty in hijab industry: the mediating effect of customer satisfaction. *Procedia Economics and Finance* 37:366-371.
- Wulandari, N dan Budiarta. 2014. Pengaruh struktur kepemilikan, komite audit, komisaris independen dan dewan direksi terhadap integritas laporan keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7 (3) : 574-586
- WTO. 2019. Why Tourism?. <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>. Diakses 19 Maret 2019.