

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI  
CANDI BUMI AYU KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**



**Nama : FIT TARMIZI**

**NIM : 212016034**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2020**

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI  
CANDI BUMI AYU KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : FIT TARMIZI**

**NIM : 212016034**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : Fit Tarmizi  
NIM : 212016034  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Candi Bumi  
Ayu Kabupaten PALI

Dengan ini saya menyatakan;

1. Karya tulis ini adalah asli dan nelumpemnah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudikan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2020



Fit Tarmizi

FakultasEkonomidanBisnis  
UniversitasMuhammadiyah  
Palembang

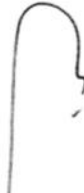
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung  
Kembali Wisatawan di Candi Bumi Ayu Kabupaten PALI

Nama : Fit Tarmizi  
NIM : 212016034  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, September 2020  
Pembimbing II

Pembimbing I



Dr. Sri Rahayu, S.E.,M.M  
NIDN :0206016702/790999



Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si  
NIDN: 0219048501

Mengetahui,  
Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



  
Zaleha Trihandayani,SE.M.Si  
NIDN : 0229057501

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

- ❖ Berlomba dalam hal kebaikan. Jadilah pemenang dalam perlombaan menuju kebaikan dan ketaatan kepada Allah. Dan jangan pernah berlomba dalam urusan dunia sebab dunia hanyalah sementara dan akhirat selamanya.

Surat Al Baqarah:148

- ❖ Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka, Hendaklah ia berkata baik atau diam

Nabi Muhammad S.A.W

- ❖ Hidup ini tak terlepas dari kata perjuangan, malah sejak kecil kita sudah belajar untuk berjuang dari merangkak, berjalan hingga berlari. Sebenarnya kita sudah paham tentang pentingnya keseimbangan agar tak mengalami yang namanya terjatuh.

(Fit Tarmizi)

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Ayah dan ibuku yang selalu senantiasa mendoakanku
- ❖ Saudara-saudaraku yang ingin sekali melihat aku meraih kesuksesan
- ❖ Teman-temanku angkatan 2016 terimakasih atas persahabatannya
- ❖ Pacarku Resma Yunita S.M
- ❖ Almamaterku tercinta universitas Muhamadiya Palembang

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## **Assalamu'alaikum.wr.wb**

Pujisyukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis skripsi dengan judul Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang telah di jadwalkan.

Penulisan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama kepada kedua orang tua tercinta Ayah (YAHID) dan Ibu (MAINA ALM ) yang mana doa dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Drs.H Fauzi Ridan,M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M selaku pembimbing I skripsi .
5. Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku pembimbing II skripsi

6. Teristi mewah kepada ayah ku Yahid dan alm ibu ku maina tercinta yang tak henti-hentinya telah memberikan banyak pengorbanan, kasih sayang, semangat serta doa dan restu sehingga penulisan dapat menyelesaikan studi
7. Ayukku Pitri Yanti dan seluruh keluargaku yang selalu membantu dalam segi moril maupun materil sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Pacarku Resma Yunita S.M
9. Keponakanku Stefani Anggraini tersayang yang menjadi penyemangat dalam penulisan skripsi ini.
10. teman-teman seperjuanganku, Rian Satria, Imam Mukid, Imam Baseroni, Farid, Siska Melanda, Irenti, Indra Yusanto, Arjani,Angga Krisna, dion, Rudi, Wahyu dan masih banyak lagi yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat, motivasi dan saling membantu sehingga skripsi ini dapat kita selesaikan bersama-sama.
11. Serta teman kkn angkatan 53 posko 234 desa limau. Rika, riki, celvin, fahria, saiful, adi, ari, clara, krismi firda
12. Serta tim penguji dan seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat di sebut satu persatu
13. Serta tidak lupa pacarku Resma Yunita S.M yang selalu menyemangati,membantu, dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat selesai

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini.Penulis menyadari, meskipun banyak usaha penulis lakukan, akan tetapi skripsi ini masih jauh dari kata

sempurna. Meskipun demikian mudah–mudahan dari skripsi itu tetap ada manfaat yang diperoleh. Amin.

Palembang, Agustus 2020

Fit Tarmizi  
**212016034**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Kepustakaan .....	7
B. Penelitian Sebelumnya .....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis.....	25

<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Operasional Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel .....	27
E. Data yang Diperlukan .....	30
F. Metode Pengumpulan Data.....	30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	31
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Penelitian .....	38
B. Pembahasan.....	55
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
A. Simpulan .....	60
B. Saran.....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Target dan realita pengunjung candi bumi ayu .....	3
Tabel II.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	40
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel IV.5 Uji Validitas .....	44
Tabel IV.6 Uji Realibilitas .....	45
Tabel IV.7 Minat Berkunjung Kembali (Y).....	46
Tabel IV.8 Promosi ( $X_1$ ) .....	48
Tabel IV.9 Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	49
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel IV.11 Uji F .....	52
Tabel IV.12 Uji T .....	53
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran : Jadwal Penelitian
- Lampiran : Surat menyelesaikan penelitian
- Lampiran : Form Kuisisioner
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran : Sertifikat Toefl
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat PK2MB
- Lampiran : sertifikat Lpik ITB
- Lampiran : Surat Hasil Bebas Plagiat
- Lampiran : Data Dan Hasil Pengelolahan Data
- Lampiran : Tabel F
- Lampiran : Tabel T
- Lampiran : Tabel R
- Lampiran : BiodataPenulis

## ABSTRAK

### **Fit Tarmizi / 212016034 / 2020/ Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Candi Bumi Ayu Kabupaten Pali**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Adakah pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke candi bumi ayu. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke candi bumi ayu. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Candi Bumi Ayu Kabupaten PALI yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*Infinite*). Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan tingkat signifikan 10%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan candi bumi ayu kabupaten pali . Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda  $Y = 4,659 + 0,368 X_1 + 0,364 X_2$  Hasil uji F memperlihatkan adanya pengaruh positif dan signifikan bahwa nilai  $F_{hitung} (37,741) > F_{tabel} (3,14)$ , dengan tingkat sig.F  $0,000 < 0,1$  (signifikan) Hasil uji t diketahui persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap  $t_{hitung}$  untuk promosi sebesar  $4,353 > t_{tabel} 1,667$ , dengan tingkat sig.t  $0,000 < 0,10$  (signifikan) Nilai  $t_{hitung}$  untuk kualitas pelayanan sebesar  $3,663 > t_{tabel} 1,667$ , dengan tingkat sig.t  $0,000 < 0,10$  (signifikan) Uji koefisien determinasi  $0,733 \times 100\% = 73,3\%$  artinya variabel promosi dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap naik turunnya minat berkunjung kembali. Sedangkan sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain

**Kata Kunci: promosi, Kualitas,minat berkunjung kembali**

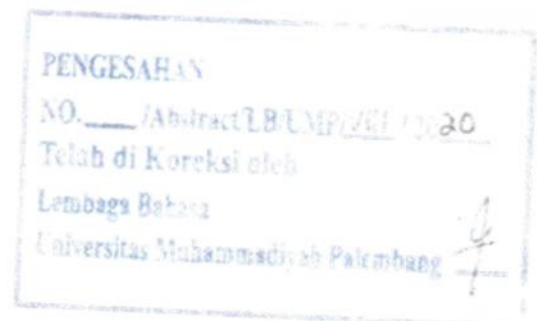
## ABSTRACT

### **Fit Tarmizi/212016034/2020/ influence promotion and quality of service Towards the interest of returning tourists at Bumi Ayu temple in Pali District**

The problem in this research is, there is the influence of promotion and quality of service to the interest of visiting the Bumi Ayu Temple. This research aims to determine the influence of promotion and quality of service to the interest of visiting the Bumi Ayu Temple. Research is conducted using associative research methods. The population in this study is the population in this study is the tourism visitor of Bumi Ayu Temple of PALI District which is not known for certain (Infinite). The data used is primary data. Methods of collecting data through Kusioner. Analysis of the data used is qualitative and quantitative analysis. The analytical techniques used are multiple linear regression analyses, F-tests, T-tests and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) with a significant rate of 10%.

The results showed that there was an influence of promotion and quality of service on the interest of returning tourists to the Bumi Ayu Temple of Pali District. This is evidenced by the results of multiple linear regression  $Y = 4.659 + 0.368 X_1 + 0,364 X_2$  test result F showed a positive and significant influence that the value of Fcount (37.741) > Ftable (3.14), with the level of sig. F 0.000 < 0.1 (significant) t test result known to the risk perception of significant influence on Thitung for promotion of 4.353 > This 1.667, with the level sig. T 0.000 < 0.10 (significant) the value of Thitung for the quality of service of 3.663 > This 1.667, with the level of sig. T 0.000 < 0.10 (significant) test coefficient of determination  $0.733 \times 100\% = 73.3\%$  meaning promotion variables and quality of service is constricting to ups and downs of the interest of visits again. Meanwhile, the remaining 27.7% is explained by other variables

**Keywords : promotion, quality, interest revisit**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. latar Belakang Masalah**

Industri pariwisata terus menerus mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi transportasi, dan informasi yang ditandai dengan terus menerus bertambahnya jumlah destinasi wisata yang ada di Indonesia maupun negara lainnya. Pada industri pariwisata saat ini sedang berada pada persaingan yang sangat ketat, sehingga pengelola destinasi harus mampu memiliki keunikan dan daya tarik khusus sehingga mampu menarik minat untuk berkunjung dan sekaligus akan mampu memenangkan persaingan. Industri pariwisata pada prinsipnya adalah industri jasa yang memadukan berbagai elemen yang ditawarkan oleh sebuah destinasi wisata. Pemasaran pariwisata amat berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya.

Pariwisata baik jenis pariwisata domestik dan maupun pariwisata internasional didalam mengandung beberapa aspek. Baik aspek sosiologi, psikologi, hukum, dan ekonomi. dari beberapa aspek tersebut ada beberapa aspek yang menjadi perhatian tersendiri. Pengelolaan kawasan wisata ditunjukkan untuk melindungi tata nilai asli saat area dikembangkan. Sarana akomodasi, Sumber daya manusia, produk jasa, kepemimpinan, produk dan kemasan, secara hati-hati dikembangkan dengan mengadopsi tata nilai asli

serta melibatkan penduduk lokal. Hal ini perlu diapresiasi dalam manajemen secara proaktif sehingga terlaksana berbagi tanggung jawab pengelolaan di antara operator, penduduk lokal, dan pengunjung. Tata nilai atau kearifan yang terlindungi akan menjadi sumber inspirasi dan rumusan best practice bagi terselenggaranya organisasi itu sendiri maupun distribusi manfaat (Nugroho, 2011: 49 dan 125).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tempat wisata alam yang menarik. Kekayaan alam Indonesia sebagian besar 70% adalah wilayah lautan dengan perairan seluas 93.000 km dan panjang pantai sekitar 81.000 km atau hampir 25% dari panjang pantai di dunia, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara maritim terbesar di dunia (www.indonesia.travel: 2018). Indonesia memiliki 17.504 pulau dan tempat-tempat wisata alam yang memiliki potensi besar untuk mendatangkan wisatawan.

Salah satu komitmen dalam pemerintahan adalah membuat uu tentang kepariwisataan. uu No. 10 tahun 2009 pasal 1 Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Ada pun sektor pariwisata untuk mengembangkan potensi kebudayaan dan sumber pemasukan bagi warga setempat dan pemerintahan daerah tersebut, karena itu pariwisata dikembangkan dan menjadi potensi wisata, sehingga dengan demikian akan menandakan wisata lokal dan wisata



mancanegara. Oleh sebab itu pariwisata harus di kelolah oleh orang orang yang benar dan mengerti tentang pariwisata, sehingga para pengelola tersebut dapat menggali potensi objek wisata dan dengan demikian dapat keuntungan yang besar untuk pendapatan di daerah yang di tujuh oleh wisatawan.

Di Indonesia, ada beberapa kepala daerah baik tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten sudah mulai untuk benahi. Bila potensi wisata di dearahnya yang di kelolah dengan benar, maka akan dapat memberikan kontribusi pendapatan yang signifikan bagi penduduk lokal dan dearah setempat. Salah satunya daerah yang mempunyai wisata budaya yang ada di sumater selatan yang terletak di kabupaten penukal abab lematang ilir kecamatan tanah abang. Namun candi ini pun belum banyak yang tahu, hal ini membuat penulis tertarik untuk menyusun skripsi berlatar belakang minat berkunjung ke candi bumi ayu. Hal tersebut dilihat pada tabel di bawah ini. Berikut data pengunjung candi bumi ayu dari tahun 2017 sampai 2019

**Tabel 1.1**

**Target Dan Realita Pengujung Candi Bumi Ayu**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pengujung</b>	<b>Realita Pengujung</b>
<b>2017</b>	<b>20.000</b>	<b>18.821</b>
<b>2018</b>	<b>30.000</b>	<b>22.434</b>
<b>2019</b>	<b>30.000</b>	<b>23.900</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten pali 2019

Selalu Dilihat dari tabel di atas bisa disimpulkan bahwa dalam jumlah pengunjung setiap tahunnya selalu jauh dari target Jumlah pengunjung setiap tahun tidak tercapai hal ini membuktikan bahwa promosi yang ada di candi bumi ayu kurang memadai sedangkan kualitas pelayanan di candi pun sangat kurang dan berfaktor berkurangnya minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu Dan pelayanan, ini membuktikan bahwa pengelola candi tersebut tidak berjalan dengan baik. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir memberikan sepenuhnya kepada masyarakat setempat untuk mengelolah wisata tersebut. Masyarakat sendiri di berikan tugas untuk merawat candi tersebut terdapat beberapa perkerja terdiri dari, 64 orang yang terdiri dari 20 laki laki 44 perempuan yang berkerja di candi tersebut

Sedangkan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah yang harus membuat pelayanan tersebut dalam bidang pariwisata yang meliputi bina dinasti dan serana pariwisata, pemasaran dan kemitraan jasa pariwisata, dengan mengedepankan berbagai kegiatan serta bertindak sebagai, mediator dan negosiator. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir meleksanakan tugas dengan sesuai dengan fungsi pokok yang di lakukan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melalukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Candi Bumi Ayu Kabupaten PALI”**.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di atas maka penelitian mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu?
2. Adakah pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu?

## **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Candi Bumi Ayu

## **D. Manfaat Penelitian**

berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak.

1. Bagi pengelola destinasi wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola destinasi wisata sebagai dasar pertimbangan terkait pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, untuk memperbaiki dan mengembangkan tempat destinasi

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat di harapkan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian agar lebih lanjut tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali

3. Bagi penelitian

Penelitian ini di gunakan unruk mendapatkan gelar serjana. Selain itu peneliti ini mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang wisata dan mengaplikasikan teori yang di terimah selama kuliah dengan kenyataan di lapangan

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandi Tjiptono (2015) *strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta:andi
- Fandy tjiptono. 2014. *Pamasaran jasa (prinsip ,penarapan ,penelitian)* .Yogyakarta.andi.
- Keller K.L dan Philip Kontler.(2016) *manajemen pemasaran.edisi 15*. Jakarta: Erlangga\
- Keller K.L dan Philip Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Keller K.L dan Philip Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Nuraeni, Bellinda Sofia, *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarita Semarang” Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 23 No. 1*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2014
- Hasan.M. Iqbal.(2012) *Pokok Pokok Materi Statistik,(Statistik Informasi)*. Jakarta. PT. Bumi angkasa
- Hartono. (2010) Bambang, *Manajemen, Pemasaran loyalitas konsumen*. Bandung
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiono. (2017) *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)* Bandung : Alfabeta
- Sugiono(2019) *Statistik Untuk penelitian*,Bandung : Alfabeta
- Sopyan. 2015. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan pengujung sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Cagar Budaya Gedung Lawa Sewu*. Semarang Universita Diponogoro, *skripsi FE*.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2019 Tentang Kepariwisataaan.
- Yoeti,Okta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung Angkasa

- Rasyadi.Ilham (2017) *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Mobil Mitsubishi Pajero (Kasus Dealer Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru)*. Universitas riau.vol.4 No.1
- Nifita .A.T. (2015) *Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan di taman Geopark Kabupaten Merangi*.Universitas Jambi
- Mulyati.Y & Afrinata Miko (2018) *Analisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi Wisata pantai Carococ Painan Kabupaten Pesisir selatan (studi kasus pada wisatawan domestik)*  
Universitas Dharma Andalas. Vol.6, No.2,