

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen*, 4, 37–44. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>
- Amalia, F. (2023). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Gojek di Bandar Lampung). 2(1), 1–23.
- Anjani, S. P., Sambas, M., & Farida, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Museum Seni Rupa Dan Keramik Jakarta Barat). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 304–313. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.233>
- Ansari, A. I., Singh, A., & Singh, V. (2023). The impact of differential pricing on perceived service quality and guest satisfaction: An empirical study of mid-scale hotels in India. *Turyzm/Tourism*, 33(2), 121–132. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.33.2.10>
- Artini, N. L. R., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sekumpul. *Jurnal Manajemen Puerhotelan Pariwisata*, 6(3), 17–23.
- Bakri, A., & Elkhani, N. (2012). Review on Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) model in B2C E-commerce. *Journal of Information Systems Research and Innovation (JISRI)*, 2, 1–13. <http://eprints.utm.my/33036/>
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Cherapanukorn, Sugunnasil, V., & Prompong. (2022). Tourist Attraction Satisfaction Factors from Online Reviews. A Case Study of Tourist Attractions in Thailand. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2), 379. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).08](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).08)
- Christono, A. B. (2019). H2 Kepuasan Pelanggan (Y) Harga (X2) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *F Economics & Business*, 8(1), 1–17.
- Dewi, N. K. M. A., Kawiana, I. G. P., & Oktarini, L. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Bali Jungle Swing. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(4), 653–663.
- Ekantara, H. (2024). *Ekowisata Sungai Mudal Destinasi Kendaraan Listrik Pertama di DIY*. <https://www.rri.co.id/features/662877/ekowisata-sungai-mudal-destinasi-kendaraan-listrik-pertama-di-diy>
- Elliyana, E., Kadir, T. S. A. H., YulianI, B. I., Dwita, H. M. F., Lidiana, N. K. B., Abdurohim, Y. S., Marlinah, E. E. A. L., & Rachman, H. G. S. (2022). DASAR-DASAR PEMASARAN. In *Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

- Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Fadillah, M. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Nusantara Card Semesta Cabang Kemanggisan Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 4(3), 489–496. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v4i3.41692>
- Falaq, M., Sjukriana, J., & Nur Afifah, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas Wisata pada Kepuasan Pengunjung Wisata. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4(1), 1–24. <https://doi.org/10.21632/garuda.4.1.1-24>
- Felicia, Nagjudin, N., Yuliana, & Hutabarat, F. A. M. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 654–659. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1043>
- Gao, H., Ren, P., & Liao, Z. (2013). *The research based on AHP to analyze strategies of improving tourist satisfaction: a case study on Jiuzhaigou scenic spot*. 2195–2200. <https://doi.org/10.2495/ISME20132933>
- Garrod, B., Fyall, A., & Leask, A. (2022). Managing Visitor Impacts at Visitor Attractions: An International Assessment. *Current Issues in Tourism*, 9(2), 125–151. <https://doi.org/10.1080/13683500608668242>
- Ghozali. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »* (10th ed.).
- Hadi, W. (2024). Menggali Potensi Kampung Wisata Di Kota Yogyakarta Sebagai Daya Tarik Wisatawan. *Journal of Tourism and Economic*, 2(2), 129–139. <https://doi.org/10.36594/jtec/08yq9670>
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa*. https://www.researchgate.net/profile/Vina-Novela-2/publication/349491566_FullBook_Manajemen_Pemasaran_Jasa/links/603319dd4585158939bea4cd/FullBook-Manajemen-Pemasaran-Jasa.pdf
- Handayani, L. S., & Syarifudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Relationship Marketing terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Transportasi Gojek. *Jurnal Dimensi*, 11, 298–313.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hawkins, D. I., & Lonney, D. L. (2014). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Hikmah, Asrial, & Sanusi, A. (2024). Measuring Tourist Satisfaction with Facilities and Cleanliness at Beach Destinations (A Case Study of Air Cina Beach Tourism, Lifuleo Village, Kupang Regency, East Nusa Tenggara, Indonesia). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(8), 3063–3074. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190821>

- Jampala, C. (2016). *Pricing strategy* (H. L. Kannan, P. K. & Keller (ed.)). Emerald Group Publishing Limited.
- Jatimulyo, D., Girimulyo, K., Progo, K. K., Yogyakarta, P. D. I., Adi, A., Ngongo, P., Nugraha, N. S., Kehutanan, P., Kehutanan, F., & Yogyakarta, I. (2024). *Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Ekowisata Sungai Mudal*, 2(2022), 508–516. <https://jurnal.instiperjogja.ac.id/index.php/JOM/article/view/1146>
- Jumhari, M., Sulaeman, E., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bengkel Honda Nss Ahas 1838 Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).
- Kaewnuch, K. (2019). MANAGERIAL GUIDELINES TO INCREASE SERVICE CAPACITY IN THE TOURISM ACCOMMODATION SECTOR IN A DEVELOPING COUNTRY. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(5), 209–214. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7526>
- Kotler, P. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran manajemen*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar pemasaran* (Jilid 1). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2011). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi Baha). Prentice Hall.
- Kusuma, P. A., & Salindri, Y. A. (2022). Pengembangan Potensi Wisata Di Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.36594/jtec/2nn36580>
- Lumintang, G., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Karunia Kiawa. *Ejournal.Unsrat*, 4.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Salemba Empat.
- Nahdi, M. R., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Service Quality Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Taman Nasional Baluran. *Jurnal Dimensi*, 11(3), 584–499. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i3.4252>
- Neuneu Nurcahyani, M. F. A. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. 38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726
- Nursiva, R. T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Yang Dimediasi Oleh Citra Koperasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Perkantoran Dan Akuntansi*, Vol. 1(07), 2302–2663.
- Oliver, R. L. (1997). *A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Oliveri, A. M., Polizzi, G., & Parroco, A. M. (2019). Measuring Tourist Satisfaction Through a Dual Approach: The 4Q Methodology. *Social Indicators Research*, 146(1–2), 361–382. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-2013-1>
- Pusdatin Kemenparekraf Republik Indonesia. (2023). Statistik kepariwisataan Indonesia. 2023. <https://kemenparekraf.go.id/>
- Ramadhien, Y. Z., Nurtjahjani, F., & Zaini, A. (2024). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(3), 315–328. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i3.1948>

- Rehman, M. S. U., & Pal, S. (2021). Customers' Perception of Service Quality and Its Impact on Reputation in the Hospitality Industry. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(12). <https://doi.org/10.34218/IJM.11.12.2020.277>
- Rizal, S. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Makassar. *Jurnal Lmu Ekonomi BALANCE*, 7(1), 20–31.
- Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Setegn, A. E., & Japee, G. P. (2025). Investigating the Effect of Marketing Mix Elements on Visitor Satisfaction in UNESCO-Recognized Tourist Attraction Places in a Developing Nation: Exploring the Mediating Role of Service Process. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 18(2), 71–83. <https://doi.org/10.21863/ijhts/2025.18.2.007>
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. Journal of Management Review*, 4(1), 447–455. *Journal of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, P. D. (2023). Merode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In D. I. S. S. P. MT (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Edisi Kesa, Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Suhartapa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337>
- Syamsu, M. N. (2018). Studi Kelayakan Air Terjun Nggembor Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(03), 71–84. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v12i03.157>
- Tasunar, N. (2006). Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Untoro, J. (2010). *Ekonomi*. Kawah Media.
- Wang, C.-R., Huang, L.-M., Yu, J.-Y., Cai, J.-D., & Chu, T.-J. (2023). Recreational Fishery Environmental Suggestions of Sandu Island, Ningde, Fujian Province

- Based on KANO Model and Expert Verification. *Water*, 15(20), 3668. <https://doi.org/10.3390/w15203668>
- Wicaksono, A. (2020). New Normal Pariwisata Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(03), 139–150. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i03.59>
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.
- Yulianto, A. (2021). Analisis Objek Daya Tarik Wisata Favorit Berdasarkan Jumlah Pengunjung Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Media Wisata*, 15(2), 555–567. <https://doi.org/10.36276/mws.v15i2.109>
- Zainuddin, D. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SmartPLS 4.0* (M. Pradana (ed.)). http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.