

buatan Bale Tani Jombang sehingga pengunjung juga akan melakukan pemilihan berkunjung ulang pada wisata tersebut.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Sebab besarnya pengaruh produk dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung di wisata buatan Bale Tani Jombang sebesar 58,8%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan berkunjung. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:

Rineka Cipta, 1998.

Arizqy Hania, Sunarti Dan Edriana Pangestuti, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survey Pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu), *Jurnal Administtasi Bisnis*, Vol.40 No. 1 .

Bagus Nur Herawan dan Supriono. “Pengaruh Keunggulan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kunjungan Wisata (Studi Pada Wisatawan Nasional Indonesia yang Berwisata ke Luar Negeri)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Fakultas Ilmu Administrasi, (2018), Vol. 60, No.

2.

- Basu, Swasta dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF, 2000.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Christian. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, *Jurnal EMBA*, 2013, Vol 1 No 3.
- Damondar Gurajati, *Dasar- Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.
- Devisi Ekonomi Lingkungan, Departemen Ekonomi Sumber Daya Lingkungan, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institute Pertanian Bogor
- Duwi Priyatno, *Spss 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 164-165.
- Dwi Agus Cahyono, “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dalam memilih objek wisata pada taman rekreasi pemandian Wisata Osing (WO) di Kota Banyuwangi”, (2013). : 94
- Prayetno, Dwi Mandiri Belajar Spss (Yogyakarta: Mediakom, 2008).
- Effendi, Usman *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 2016.
- Faqih, Aqil.” Analisis Pengaruh Produk, *Place, People* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Museum Keratin Sumenep Madura”. Skripsi. (2014),.
- Ghozali, Imam *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Gurajati, Damondar. *Dasar- Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Hasil Observasi dan Pengamatan di Wisata Buatan Kabupaten Jombang Pada 9 September 2019.

<https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html> diakses pada tanggal 18 Desember 2019

Hurriyyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV.alfabeta 2015.

Iffan. Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Santika Bandung, *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, (2018), Vol 8 No 2.

Ilham Maulana S Idris, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Motor Sport Suzuki Di Kota Semarang)*, *Diponegoro Jurnal Of Management* Volume 6 Nomor 4. Diakses Pada 24 Juni 2020.

Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007.

Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Katsiran, M. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Khairina ARPengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel Harum Square Di Kota Lhokseumawe, *Jurnal Visioner & Strategis*, (2016). Vol 5 No 2.

Kotler, Philip dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta :Erlangga,2006

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *manajemen pemasaran*. Bandung: CV yrama widya, 2011.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga. 2009.

Lupiyoadi Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Cet-3*. Jakarta :Salemba Empat, 2013.

Lupiyoadi, Rambat. *manajemen pemasaran jasa, edisi 3*. Jakarta: salemba empat, 2013.

Malthora. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Index,2009.

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta:UPFEMY, 2003.

Nasution, Edwin Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, ed-1 cet ke-3. Jakarta: kencana, 2010.

Novia Susanti Dan Baruna Hadibrata, *Pengaruh Persepsi Harga, Physical Evidence Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pamulang*, Jurnal Ilmiah Vol. 2 No. 2.

Oka A Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pt Pradnya Paramita, 2008.

Olivia Christy Paramulia Silvy L. Mandey Dan Ferdy Roring, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Rumah Alam Manado*, Jurnal Emba Vol.7 No. 3.

Pembelian nasabah bank syariah bukopin ”(studi kasus pada bank syariah bukopin kantor pusat Jakarta)”, skripsi. Jakarta: universitas negeri syarif hidayatullah. 2017.

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

Putri Rizkiyah, Adinoto Nursiana Dan Rahmat Ingkadijaya, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mengunjungi Festival Cap Go Meh Di Singkawang*, Jurnal Pariwisata, Vol. 5 No. 1.

Rahmiati, Dewi. Pengaruh Daya Saing Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Kaleng (Sardines) Merek Maya, E-Jurnal Manajemen Kinerja, (2015), Vol 1 No 2.

Riduwan, *dasar-dasar statistika*. Bandung: alfabeta, 2013.

Rizka Putri Ananda, Eeng Ahman Dan Oce Riwanudin, *Pengaruh Physical Evidence Objek Wisata Pemandian Air Panas Civalini Terhadap Berkunjung Wisatawan*, The Journal Vol.3 No. 1 Diakses Pada 10 Juni 2020

Rosalendro Eddy Nugroho, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran Di Indonesia Periode 1998-2014*”, Jurnal Pasti Volume X No. 2, (Jakarta: Tt), 187.

Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka,1990.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA, 2013.

Sujarweni, V. Wiratna. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, Yogyakarta: Ardans Media, 2007.

Sujianto Eko Agus, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS*. Jakarta:Pretasi Pustaka Karya, 2009.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS, 2011.

Swastha, Basu *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua, Cetakan B. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002.

Tanesia Putri Cendani, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu (Studi Pada Glow Shoes Care)*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Volume 9, No. 2.

Tessa Utami Sutrisno. “Analisis Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi”.Skripsi. Bekasi: Universitas Darma Persada. 2015.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999.

Wahyu Abdillah Dan Andry Herawati, *Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur(Studi Pada Sma Muhammadiyah 9 Surabaya)*, Jiabi, Vol.2 No.2.

Wiratha, I Made. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.

Wiratman Sujarwendi, *Belajar Mudah Spss Untuk Penelitian Mahasiswa Dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008).