

DAFTAR PUSTAKA

- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar, S. (2013). The analysis of product, price, place, promotion and service quality on customers' buying decision of Convenience Store: A survey of young adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(6), 72-78.
- Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat. (2016). *Taman Wisata Alam lingkup Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat*. (pp.24-27). Bandung: BBKSDA Jabar
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran (Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Disparbud Provinsi Jawa Barat. (2019). *Info Wisata*. Jawa Barat: Disparbud Jabar. 17 Maret 2020, dari <http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/>
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Griffin, R. W., & Ronald, J. E. (1996). *Business* (4 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hermawan, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Izadi, A., Jahani, Y., Rafiei, S., Masoud, A., & Vali, L. (2017). Evaluating health service quality: using importance performance analysis. *International journal of health care quality assurance*, 30(7), 656-663.

- Kasumaningrum, Y. (2019, 23 April). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jabar Meningkat 16,4%*. Pikiran Rakyat. Diperoleh tanggal 15 November 2019, dari <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01310753/kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-jabar-meningkat-164>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. United State: Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Mardiana, Irma. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Pada Indihome Witel Bandung). Universitas Telkom Bandung.
- Melati, D.A.R. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung*. Universitas Telkom Bandung.
- Mohebifar, R., Hasani, H., Barikani, A., & Rafiei, S. (2016). Evaluating service quality from patients' perceptions: application of importance–performance analysis method. *Osong public health and research perspectives*, 7(4), 233-238.
- Nurhidayat, Muhamad. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu Kabupaten Bandung Barat*. Universitas Pasundan Bandung.

- Nursingih, T. R. (2017). Analisis Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Umbul Pongok Klaten Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 10.
- Perdana, P. P. (2018, 26 Desember). *Ikuti Tren, Taman Wisata Alam Tangkuban Parahu Bikin Taman Buat "Selfie"*. Kompas. Diperoleh tanggal 15 November 2019, dari: <https://regional.kompas.com/read/2018/12/26/08341921/ikuti-tren-taman-wisata-alam-tangkuban-parahu-bikin-taman-buat-selfie>.
- Pratiwi, Hera. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Asrama Putra Telkom Tahun Akademik 2018/2019*. Universitas Telkom Bandung.
- Sari, E. P., Prihatini, A. E., & Widayanto, W. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 216-226.
- Sauqi, R. (2017, 29 November). *Pengelola Tangkuban Perahu: Harga Tiket Sudah Sesuai*. PRFMNews. Diperoleh tanggal 15 November 2019, dari <http://prfmnews.com/berita.php?detail=pengelola-tangkuban-perahu-harga-tiket-sudah-sesuai>.
- Siyamto, Y. (2017). Kualitas pelayanan bank dengan menggunakan metode importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI) terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 63-76.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sujarweni, V. M. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Super Adventure (2018, 8 April). *7 Spot Kekinian dan Hits di Lembang Favorit Para Petualang*. Super Adventure. Diperoleh tanggal 13 November 2019, dari <https://www.superadventure.co.id/news/17958/7-spot-kekinian-dan-hits-di-lembang-favorit-para-petualang/>.
- Swari, I.F.F. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA (Studi Kasus Pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2017)*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: tidak dipublikasikan.
- Tasya, G. (2019). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan QFD (Quality Function Deployment) pada Eduplex Coworking Space Bandung*. Universitas Telkom Bandung.
- Thaker, H. M. T., Khaliq, A., & Thaker, M. A. M. T. (2016). Evaluating the Service Quality of Malaysian Islamic Banks: An Importance-Performance Analysis Approach. *International Journal of Business & Information*.11(3).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyuni, Noor. (2014, 28 September). *GAP Analysis*. Diperoleh tanggal 17 Maret 2020, dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavior Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. 60, 31-46.