

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., & Ratih, H. (2008). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran* Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grfindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan, "Banyaknya Pendapatan Obyek Wisata Museum Batik 2019–2021". (<https://pekalongankota.bps.go.id/indicator/16/232/1/banyaknya-pendapatan-obyek-wisata-museum-batik-.html>, Diakses pada 20 Juli 2022).
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Departemen, P. N. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dhiba, S. D. I., & Maduwinarti, A. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Pengunjung Pada Obyek Wisata Museum Keseharan Dr. Adhyatma, MPH Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*. Diunduh dari <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jmm17/article/view/315>.
- Fatiara, S., Silitonga, & Eviana, N. (2017). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Event Terhadap Keputusan Berwisata Ke Museum Bank Indonesia Jakarta. *Journal of Tourism and Education Vol 1 No 2 (2017)*. Diunduh dari <http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1215>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. A. (2013). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta : Salemba Medika.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Hair, J. F. G, Tomas M., Christian, M. R., & Marko S. (2011). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing. 17th red.* United Kingdom : Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kumparan, R. (2022, 18 Juni). Harga Tiket Masuk dan Jam Buka Museum Ranggawarsita. Diakses dari <https://kumparan.com/jendela-dunia/harga-tiket-masuk-dan-jam-buka-museum-ranggawarsita-semarang-1yILAYbDEvC/full>.
- Mardhatilah, M., Mulyadi, H., & Hidayat, M. (2013). Pengaruh Expanded Marketing Mix Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta). *Journal of Tourism and Education*. Diakses dari <http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1187>.
- Nirwana, (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Dioma.

- Nasrullah, R. (2015). *Komunikasi Pariwisata Tourism Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Nazmudin, A. (2022, 26 Oktober). Museum Multatuli Resmi Berlakukan Tiket Masuk, Paling Murah Rp 1000. Kompas.com. Diunduh dari <https://regional.kompas.com/read/2022/10/26/172610778/museum-multatuli-resmi-berlakukan-tiket-masuk-paling-murah-rp-1000#:~:text=Adapun%20tiket%20masuknya%20terbagi%20dalam,tanpa%20uang%20tunai%20dengan%20Qris>.
- Oktafia, S., & Silintowe, Y. B. R. (2019). Pengaruh Kelompok Sosial, Media Sosial, Citra . Dstipasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UKSW Salatiga*. Diakses dari <https://sistem.poltekindonusa.ac.id/uppm/wp-content/uploads/2022/09/357-PENGARUH-KELOMPOK-SOSIAL-MEDIA-SOSIAL-CITRA-DESTINASI-TERHADAP-MINAT-KUNJUNG-WISATAWAN>.
- Prayogo, D., & Rachma, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Citra (*Image*) Museum Angkut Sebagai Wisata Yang Berwawasan Informasi, Edukasi, Dan Rekreasi. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Diakses dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=prayogo+da+n+rachma+2018&btnG=.
- Prabawanti, A. H. (2021, 7 April). Mengunjungi Museum Benteng Vredeburg, Tempat Wisata Edukasi Andalan Yogyakarta. *TribunTravel.com*. Diakses dari travel.tribunnews.com/2021/04/07/mengunjungi-museum-benteng-vredeburg-tempat-wisata-edukasi-andalan-yogyakarta.
- Ratih, H. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Riyadi, S. (2006). *Banking assets and liability management*. Edisi ketiga. Jakarta: Lembaga penerbit fakut.
- Setiawan, F. C., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Museum Angkut Di Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Diunduh dari

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=setiawan%2C+widarko+dan+slamet+2017&oq=setiawan.

Schiffman, G., & Kanuk, L. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall.

Suharto. (2019). Minat Kunjungan Wisatawan Museum GunungApi Merapi. *Jurnal Media Wisata, Volume 17, Nomor 1, Mei 2019*. Diakses dari <https://www.neliti.com/publications/287563/minat-kunjungan-wisatawan-museum-gunungapi-merapi>.

Soedarmono, (2006). *Mbok Mase Pengusaha Batik Laweyan Solo Awal Abad 20*. Jakarta : Yayasan Warna Warni Indonesia.

Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.

Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.

Setyanti, A. C. (2015, 1 Juni). Alasan Pekalongan Dipilih Jadi Kota Kreatif UNESCO. CNN Indonesia. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150601110604-277-56910/alasan-pekalongan-dipilih-jadi-kota-kreatif-unesco>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.

Utami, L., & Eviana, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Magic Art 3D (Dimensi) Kota Tua Jakarta. *Jurnal of Tourism and Education. Vol 3 No 2 (2019): Eduturisma*. Diakses dari <http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1187/718>