

DAFTAR PUSTAKA

- Anitra, V., & Cholid, I. (2018). Minat Wisatawan Terhadap Produk Ampalang Ikan Pipih Khas Kalimantan Timur. *CAM JOURNAL: Change Agent For Management Journal*, 2(2), 273-283.
- Ahmad dan Badarneh, M. (2011). Tourist Satisfaction and Repeater Visitation; new comprehensive model. *International Journal of Human and Social Sciences*, 38-45.
- BPS. (2012-2015). Statistik Indonesia 2012-2015. Data Produksi Kakao Di Kulon Progo. Retrieved From <http://www.bps.go.id>.
- BPS. (2012-2015). Statistik Indonesia 2012-2015. Data Produksi Kakao Di Gunungkidul. Retrieved From <http://www.bps.go.id>.
- Dispar. (2012-2015). Dinas Pariwisata 2012-2015. Data Wisatawan Yang Berkunjung Di Gunungkidul. Retrieved From <http://www.dispar.go.id>.
- Coban, S. (2012). The Effects of The Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: *The Case of Cappadocia Ueropen Journal of Social Science*, 222-232.
- Cokelat, K. M. J. P. B. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Mengonsumsi Jenis Produk Benua Cokelat Pada Industri Sa'adah Agency Di Kota Palu.
- Dwityanti, E. (2008). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri studi kasus pada karyawan departemen pekerjaan umum jakarta* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Handoko, Hani dan Basu Swastha, D.H. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty.
- Kelishadi,R.(2005).Cacao to Cocoa to Chocolate: Healthy Food. *ARYA Journal,Volume 1,pp.29-35*.
- Kopi, P., & Indonesia, K. (2004). *Panduan Lengkap Budi Daya Kakao*. AgroMedia.
- Muhammad, R. N. Startegi Pemasaran Olahan Cokelat Sebagai Alternatif Oleh-oleh Khas Pada CV. Pinonika Java's Chocholate Di Kota Blitar.
- Murwanti, S. (2009). Perilaku Konsumen dalam Memilih Perumahan pada Perumahan Cipta Laras Bulusulur Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 52-60.
- Perkebunan, D. J. (1997). Kakao. *Direktorat Jenderal Perkebunan, Jakarta*.
- Prasetyo, C. B., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Vlog Sebagai Electronicword Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya

Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen yang Menonton Video YouTube Channel “FARIS KOTA MALANG” pada Kuliner Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 118-126.

Rozak, B. R. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Wisatawan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata Vol XI No 2*.

Rubiyo, R., Siswanto, S., & Perkebunan, P. (2012). Peningkatan produksi dan pengembangan kakao (*Theobroma cacao L.*) di Indonesia.

Schiffman. K. 2004. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke Tujuh. Terjemahan Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Sidiq, S. S. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Souvenir Di Objek Wisata Tanjung Lapin Desa Tanjung Pinang Kecamatan Rupa Utara. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 1-12. Umar Husein, Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), 45.

Wahid, M. 2016. Bangkit dengan Keripik Singkong Rasa Cokelat: Kinerja Nyata Komunitas Ciherang.

Wahyuni, D. (2018). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Aspirasi*, 9(1), 85-102.

Wiratnaya, I. N. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Wisatawan Pada Komaneka Resorts & Spa Group Di Kawasan Pariwisata Ubud, Gianyar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 4(2), 133-150.

