

5. Dimensi transportasi, seyogyanya pemerintah kota Batu senantiasa berusaha lebih meningkatkan kebersihan, keamanan dan kenyamanan infrastruktur terkait dengan kualitas jalan yang tersedia di kota Batu.
6. Dimensi hotel, sebaiknya para pelaku bisnis yang bergerak perhotelan senantiasa memelihara dan meningkatkan keamanan, kenyamanan, kebersihan, keramahan, kualitas makanan yang disajikan, dan melakukan promosi secara terus menerus agar lebih banyak para wisatawan untuk berwisata di kota Batu.
7. Dimensi sumber informasi yang relevan bagi wisatawan, seyogyanya pemerintah kota dan para pelaku bisnis serta pihak-pihak yang kompeten untuk urusan penyampaian informasi bagi keperluan wisatawan lebih diintensifkan lagi dan secara berkala perlu diadakan *event-event* yang dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung di kota Batu.

Referensi

- Dutka, Alan, *AMA Handbook for Customer Satisfaction*, NTC Publishing Group, Chicago, 1994.
- Kotler, Philip and Bowen, John, *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Education, Inc., Fourth Edition, New Jersey, 2006.
- Kotler, Philip, *Marketing Management*, Prentice Hall, Eleventh Edition, New Jersey, 2002.
- Soekadji, Anatomi Pariwisata, Gramedia Pustaka Utama, Cetakan Pertama, Jakarta, 1996.
- Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Remaja Rosdakarya, Cetakan Ketiga, Bandung, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Service, Quality, and Satisfaction*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2005.
- Tribe, J and Snaith, T., *From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba*, Elsevier Science, Ltd., 1998.
- Yoeti, Oka A., *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Pradnya Paramita, Cetakan Pertama, Jakarta, 2002.
- <http://www.digilib.unikom.ac.id>
- <http://www.d-infokom-jatim.go.id>
- <http://www.ingentaconnect.com/content/routledg/rapt/2005>
- <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0304/11/rumah/237192.htm>
- <http://www.pemkotbatu.go.id>