

pihak Wisata Bahari Lamongan sebaiknya juga dapat menambah atraksi/ permainan yang lebih seru, menarik, dan menantang serta atraksi/ permainan yang dapat juga dinikmati oleh orang tua.

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi bagi pihak Wisata Bahari Lamongan mengenai pernyataan keinginan responden untuk kembali berwisata adalah untuk main lagi; sebaiknya pihak Wisata Bahari Lamongan dapat tetap mempertahankan dan mengembangkan dengan menambah wahana-wahan baru yang tidak ada di tempat wisata yang lain. Sedangkan responden yang menyatakan tidak ingin kembali adalah karena bosan, sebaiknya pihak Wisata Bahari Lamongan dapat menciptakan hal-hal baru yang dapat menarik perhatian wisatawan.

Referensi

- Coltman, Michael M., **Introduction to Travel and Tourism an Approach**, VNR: NewYork, 1989.
- Cooper, Chris and John Fletcher, David Gilbert, and Stephen Wanhill, **Tourism Principles and Practices**, International Edition, 1996.
- Oka A. Yoeti, Drs, **Pemasaran Pariwisata**, Penerbit Angkasa, Cetakan kesepuluh, Bandung, 1985.
- Oka A. Yoeti, Drs, **Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata**, PT Pradnya Paramita, Edisi Pertama, Jakarta, 2002.
- Ross, Glen F., **Psikologi Pariwisata**, Penerbit Yayasan Obor Indonesia, Edisi Pertama, Jakarta, 1998.
- Salah Wahab, **Manajemen Kepariwisata**, Penerbit PT. Pradnya Paramita, Edisi Pertama, Jakarta, 2003.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk, **Consumer Behavior**, Prentice Hall International, Inc., Eighth Edition, New Jersey, 2004.
- Soekadijo, R.G., **Anatomi Pariwisata**, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Cetakan Ketiga, Jakarta, 2000.
- Solomon, Michael R, **Consumer Behavior**, Prentice Hall International Edition, Sixth Edition, Needham Heights, Massachusetts, 2004.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, **Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen**, BPEE, Edisi Pertama, Yogyakarta, 2000.
- Williams, Christine and John Buswell, **Service Quality in Leisure and Tourism**, CABI Publishing, UK, 2003.