

DAFTAR PUSTAKA

- Andiani, T. (2019). *The Effect Of Experiential Quality, Experiential Satisfaction, And Trust On The Interest To Revisit The Tourism Objects In Padang*. Paper Presented At The Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business And Management, Accounting And Entrepreneurship (Piceeba 2019).
- Bachtiar, M. L. .2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi*. Universitas Negeri: Yogyakarta.
- Chen, C.-C., et al. (2016). "Tourism between divided nations: An examination of stereotyping on Citra Wisata." *Tourism Management* 55: 25-36.
- Dhani, N. M., & Firman, F. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Kawasan Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(2).
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28-41.
- Gozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Spss 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gomez, M., et al. (2015). "A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain."
- Hariani, D., Rahmanita, M., & Ingkadijaya, R. (2017). The Influence Of Availability Of Muslim Friendly Facilities Towards Indonesian Muslim Tourist Revisit Intention To Japan. *Trj Tourism Research Journal*, 1(1), 133-143.
- Jeon Hyunjin, *The Effect of Experiential Marketing on Consumer Satisfaction and Revisit Intention of Beauty Salon*. *Journal of Fashion Business* Vol.17, No.3. Jul. 2013
- Kasmir. 2012. *Etika Customer Servis*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Lupiyoadi, Rambat, (2013) : *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lee, R. and L. Lockshin (2011). "Halo effects of tourists' Citra Wisata on domestic product perceptions." *Australasian Marketing Journal (AMJ)* 19(1): 7-13.

- Makalew, A. J., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis| E-Issn: 2548-9836*, 6(2), 191-200.
- Nassar, M. A., et al. (2015). "Factors influencing travel to Islamic destinations: anempirical analysis of Kuwaiti nationals." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 9(1): 36-53.
- Nuraeni, B, S. 2014. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museumranggawarsita semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol23 No. 1 juli 2014
- Pamela Pantouw, Sifrid S. Pangemanan., *The Effect Of Destination Image And Tourist Satisfaction On Intention To Revisit In Lembeh Hill Resort*. Jurnal EMBA 49 Vol.2 No.3 September 2014
- Rambe, O. I .2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wonders WaterWorld Waterpark CBD Polonia Medan. *skripsi*. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rukmi, Hendang Setyo, Hari Adiarto, Martin. 2013. Identifikasi Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Pembelian Produk Handphone Samsung Dengan Menggunakan Structural Equation Modeling. Seminar Nasional Mesin Dan Industri (SNMI8) 2013 Riset Multidisiplin Untuk Menunjang Pengembangan Industri Nasional
- Sarwono, J., 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siregar, S., 2010. *Statistika Deskriptif*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Souiden, N., et al. (2017). "Destination personality and Citra Wisata." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 32: 54-70.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andy Offset.
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi

Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 17(3), 207-221.

Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga.*: Jakarta. Gramedia Pustaka Utama

Wibowo, S. F., Sazali, A., & Rp, A. K. (2016). The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136-156.

Widada, H, S .2017. Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Hotel Cakra Kusuma Yogyakarta). *Jurnal UST Jogja*. Vol 1, No. 1. <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/upajiwa/article/view/939>. Diakses pada 18 maret 2018

Zhang, H., et al. (2017). "A model of perceived image, memorable tourism experiences and minat berkunjung kembali." *Journal of Destination Marketing & Management*.