

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S. & I. S. H. Y. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Penelitian Humano*.
- Adhikari, A. & B. (2014). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 19.
- Aliyah. (2017). *Konservasi Permainan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kampung (Studi Kasus Kampung Dolanan Sidowayah, Kabupaten Klaten)*.
- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9, 179. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p08>
- Armida, J. (2020). *Pengaruh customer perceived value dan customer experience terhadap revisit intention pada objek wisata the great wall of koto Gadang*. 3.
- Ayu Lestari, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali. *Pariwisata*.
- Cetin, G., Kizilirmark and Balik, M. (2017). The Superior Destination Experience. *Tourismology*, 03 No.2.
- Chan. (2020). Pengaruh destination image dan tourist experience terhadap revisit intention yang dimediasi perceived value pada destinasi wisata halal di kota banda aceh. *Manaj. Inov*, 10.
- Cooper. (1995). *Tourism, Principles, and Practice*. Prentice Hall.
- Cormick, M. (2012). *Essentials of Marketing Research*.
- Dahmiri, S. K. W. B. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi. *Manken*.
- Dewi, S. . (2013). *Pengaruh Citra Destinasi pariwisata Kabupaten Belitang Terhadap Perilaku Pasca berkunjung Wisatawan Nusantara*.
- Fitria. (2022). Msme Deveploment Review From Mudharabah and Murabaha. *Journal on Islamic Finance*, 7.
- Geonadhi, L. (2011). Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil toyota avanza di Kota Banjarmasin. *Manajemen Dan Akuntansi*.
- Hall, C.M. and Williams, A. . (2019). *Tourism and Innovation*. Routledge.
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ke objek wisata komersial di Sumatera Barat. *Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*.
- Heni sudanti, namira U. K. (2022). Pengaruh Daya tarik Wisata, Citra Destinasi

- Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *SIMBA*.
- Hsiao, A. (2019). The Influence of tourism Experience and well being on place attachment. *Retailing and Customer Services*.
- J, K. (2017). the Impact of Memorable Tourism experiencrs on Loyalty behaviors. *Travel*.
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., Lintong, D. C., Daya, P., Wisata, T., Niat, T., Ulang, K., & Mandey, S. L. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 400–410.
- Kim, J. (2017). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors. *Travel Research*.
- Kotler, P., and Ketler, K. L. (2016). Marketing Manajemen. *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2013). Principles of Marketing. *Harlow*.
- Lemeshow, S. (1997). Besar sample dalam penelitian kesehatan. *Gajamada University Press*.
- Ling, G. M., Tiep. H.S., & Er, N. . (2021). Customer stisfaction towards mobile food delivery apss during covid-19 Pandemic. *Manajemen and Marketing*.
- Muhammad, A. (2018). Penilaian memorable tourism experience sebagai faktor penentu daya saing destinasi wisata dengan menggunakan rapid appraisal. *Ilm.Manaj*.
- Muhammad galuh Yudhistira, D. O. (2016). Analisis Daya Tarik Kota Bandung Sebagai Destinasi Pariwisata Berdasarkan Memorable Tourism Experience. *E-Procedding of Management*, 3.
- Nainggolan, Nana T., et al. (2020). Perilaku Konsumen di Era Digital. *Yayasan Kita Menulis*.
- Nuraeni. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Pariwisata*.
- Omposunggu, M.P., & Djawahir, A. H. (2014). Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen. *Aplikasi Manajemen*.
- Poppy Margaretith Nivranti Sondakh, A. T. (2016). Pelayanan, Keamanan Dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16.
- Rian Surenda, Rezvianny Abrian, Y. A. (2019). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(2), 163–169. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.27772>
- Riyanto, S & hermawan, A. . (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penilaian di bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.

Depublish.

Srisetia Ningrum, Moh. agus salim, A. J. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo.

JAMBURA, 6.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D.*

Swantoro. (2018). Dasar-Dasar Pariwisata. *Systematic Lingkange.*

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata. *Yogyakarta; Andi.*

Verinita. (2016). Pengukuran Memorable Tourism Experience Scale (MTES)

Dengan Pendekatan Kim Ritchie McCormick Untuk Meningkatkan Intensi Kembali ke Desa Wisata Rantih Kota Sawahlunto Provinsi Sumatera barat.

ASBIS.

Walker, R. J. (2017). Introduction to Hospitality Management. *Pearson Education.*

Wang, H. (2021). *Exploring the Relationship Between hedonism, Tourist*

Experience and Revisit Intention in Entertainment Destination.

Widari. (2015). perkembangan desa wisata jatiluwih setelah penetapan subak sebagai warisan budaya dunia. *Jumpa.*

Widiartanto, adiyaksa rahman firdays, naili F. (2020). Pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening. *Ilmu Administrasi Bisnis.*

Witarsana, I. K. (2017). *Motivasi dan Persepsi Wisatawan Mancanegara*

Berwisata Alam Trekking Mountain Di Taman Wisata Alam Gunung Batur Bukit Payang. 5.

Wulanjani, H & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfacton dan revisit intention. *Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB).*

Zeithaml, V. A. (2018). Service Quality Dimensions Services Marketing

Integrating Customer Focus Across the Firm. *Mc Graw Hil Edcation.*

Zeithmal, V. . (2018). Service Quality Dimensions. *Mc Graw Hil Edcation.*

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(February 2017), 326–336.

<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>