

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Audrey Intan.2016. *Pengaruh tourist experiences terhadap Revisit Intention dengan mediasi Learning in Museum*. Universitas Katolik Indonesia Atmajaya. Jakarta
- Arie Muhammad Ramdhany.2019. *Pengaruh Visitor Experience Terhadap Revisit Intention Di Kawah Putih”* Universitas Pendidikan Indonesia. Jakarta
- Azhari, Muhammad Ikbal dan Fanani Dahlan.2015. *Pengaruh customer experience terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan*. Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Malang
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Dirbawanto Nana Dyki dan Sutrasnawati Endang.2016.*Pengaruh customer experience dan brand trust terhadap customer royalty*. Manajemen. Universitas Negeri Semarang. Semarang
- Fandi Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV.Andi. Yogyakarta

- Ika Pratama. 2018. *Analisis pengaruh tourist experiences terhadap minat beli ulang*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip. (2007). Manajemen pemasaran, analisis perencanaan, pengendalian. Jakarta :Erlangga.
- Meyer & Schwager. (2007). “*Understanding costumer experience*”, USA *Harvard Business Review*, 1-12.
- Morgan, R.M., & Hunt, S.D. (2008). “*The commitment trust theory of relationship marketing*”, *Journal of Marketing*, Vo.58, No.3, pp. 20-38.
- Nurhayati, 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone”, <http://jurnal.unimus.ac.id>, Volume 8 Nomor 2, Hal 1-16,
- Pranoto, Gunawan, Pranoto dan Subagio Hartono. 2018. *Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di Rossetas’s Café dan Resto Surabaya*. Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Rageh, Ahmed, T.C Melewar dan Arch Woodside. 2013. *Using Netnography Research Method to Reveal the Underlying Dimension of the Costumer/Tourist Experience. Qualitative Market Research: An International Journal Vol. 16 No. 2, pp. 126-149*
- Rahmah maya fikriyah.2016. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention (Survey di taman wisata alam kawah papandayan)* Universitas

Pendidikan Indonesia. Jakarta

Ramadlani Marzelinda Fairus dan Djumilah Hadi Widjaja. 2016. *Determinans of Tourist Revisit Intention to Kota Batu*. Manajemen Ekonomi. Universitas Brawijaya. Malang

Songshan (Sam) Huang dan Cathy H.C. Hsu. 2009. *Effect of Travel Motivation, Past Experience, Preceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention*

Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung. Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Venkat, R. (2008). "Impact of customer experience on satisfaction, brand image and loyalty: A study in a business to business context", *Journal of Marketing, Sobey School of Business*, pp.101-114

Yuniawati, Yeni. 2013. *Pengaruh Tourist Experience terhadap Revisit Intention*. Manajemen Pemasaran Pariwisata. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung

<https://www.banyuwangikab.go.id/> diakses 17 Januari 2019

[www.bogor.tribunnews.com](http://www.bogor.tribunnews.com) diakses 17 Januari 2019

[www.jawapos.com](http://www.jawapos.com) diakses 21 Januari 2019