

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Wijaksono, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut Surabaya). Jurnal Ilmu Manajemen (JIM).
- Diniyah, F., & Gesa, L. B. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Studi di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta).
- Hendarsono, G., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Marpaung, H., & MM, S. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan. In Kabupaten Asahan. Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA.
- Nabila, R., Wahyuni, S., & Nugroho, J. A. (2015). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Tahun 2014). Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis, 1(1), 1–12
- Parastiwi, Fitriandini D., & Farida, Naili. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Word-Of-Mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands. New York: Free Press.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.42>

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of destination marketing & management*, 8, 326-336