

Daftar Pustaka

- Bitner, Mary J. (1992). Servicescape: the impact of physical surroundings on customer and employess. *Journal of marketing*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen* . Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lovelock, C. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Lovelock et al. (2011) servicescape merujuk pada lingkungan fisik.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2010). *Service Marketing*. USA: Pearson.
- Meyer, C. dan Andre Schwager. (2007). *Understanding Customer Experience*.
- Fauzi (2018), Servicescape memiliki tiga dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai fasilitas fisik pada suatu industri jasa
- Frow dan Payne (2007) Pengaruh Servicescape dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali.
- Kotler, P. dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Menurut Walter et al (2010) pengalaman konsumen customer experience didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan konsumen secara langsung
- Shaw dan Ivens (2002) . Customer experience adalah perpaduan antara dua elemen yaitu fisik dan emosional yang diterapkan perusahaan
- Ma'rifatun. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening

Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta:

Zeithaml et,al(2013), Minat Berkunjung Kembali ada beberapa perilaku yang dimunculkan sebagai reaksi seseorang terhadap suatu tempat.

Hasan (2013)Minat Berkunjung Kembali pada dasarnya minat beli ulang merupakan suatu perilaku seorang yang disebabkan oleh perilaku masalah (pengalaman konsumen)

Soegiyono, 2011: Penelitian asosiatif kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.