

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)*.
- Ariza, M., & Yusendra, E. (2015). Informatics and Business Institute Darmajaya 46 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara. In *Eka Yusendra Jurnal Magister Manajemen*.
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- 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*.
- Huang, S., & Hsu, C. H. c. (2009). Travel motivation: Linking theory to practice. In *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
<https://doi.org/10.1108/17506180910994505>
- 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, F. D., & Farida, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Word-of-mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 68-76.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*.
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. H. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003>
- 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.