

DAFTAR PUSTAKA

a. Jurnal

- Agustina, N., DH, Achmad fauzi, & Nuralam, inggang perwangsa. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis* . 64(1) : 92–101.1
- Andi,N. (2018). Promosi Pemasaran Potensi Industri Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sinjai. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 281–288.
- Andriani, R., & Fatimah, R. (2018). Strategi Experiential Marketing Sebagai Metode Pendekatan Dalam Meningkatkan Revisit Intention Wisatawan Sabda Alam Garut. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(3), 206.
- Anisa, H., Aspan, & Nur Fitri, Y. (2018). Peran Tour Agency Orangutan Journey Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat. *Magenta*, 7(1), 35–42.
- Annisa, M. L., & Hutasoit, G. (2018). Pengaruh Daya Saing Destinasi Wisata Terhadap Implementasi Re-Visiting Commitmen Wisatawan Objek Wisata Di Kota Palembang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 77–86.

- Anwar, A. S., & Samira, A. B. (2018). Pengaruh Dining Service Quality (Dineserv) Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention (Survei pada Pelanggan D’COST Seafood Restaurant Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 58(1), 27–35.*
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *3, 14–34.*
- Bernarto, I., & Patricia. (2017). Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ di Tangerang. *Jurnal Online Nasional Dan Internasional, 1(1), 36–49.*
- Dewi, I. A. I., & Laksmidewi, D. (2015). Pengaruh Customer Experiences Terhadap Revisit Intention Dengan Mediasi Learning In Museum Dan Visitor Satisfaction Di Museum Wayang. *Jurnal Manajemen, 12(2), 160–178.*
- Fauzia, F. (2012). Forced-Choice Dalam Pengukuran Prosocial Tendencies. Perbandingan Sosial Desirabilitas Bentuk Soal Skala Likert, Semantik Diferensial, Dan Forced-Choice Dalam Pengukuran Prosocial, *1(4).*
- Finardi, A. D. I., & Yuniawati, Y. (2016). Gunung Tangkuban Perahu Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, 6(1), 983–994.*

- Fretes, R., Santoso, P., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Rekayasa Mesin*, 4(2), 109–118.
- Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Obyek Wisata Pantai Air Manis d Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 52–62.
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 1–11.
- Hayati, E. N. (2014). Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*, 8(1), 25–34.
- Holil, P., & I putu, S. (2020). Antecedent Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual Di Bali (The Antecedent Of Spiritual Tourist Revisit Intention In Bali). *Anteseden Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual Bali*, 9(1), 21–39.
- Hutabarat, W. M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada

Pelanggan Go-Ride Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.

Hyra, A. (2013). Identifikasi Karakteristik Tempat Rekreasi Yang Menarik Untuk Dikunjungi Para Lansia Dari Segi Penawaran. *Journal of Regional and City Planning*, 23(2), 103.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25.

Indriani, A., Wilopo, W., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pada Jawa Timur Park 2 Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(2), 113–120.

Jamu, M. E., Laga, Y., & Laga, Y. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Tourist Satisfaction Terhadap Revisit Intention Tourism Di Danau Kelimutu. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1).

Jatmiko, R., & Nastiti, S. (2001). Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement, 2nd edition. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29(7), 347.

Kurnia, E., & Sugiarto, P. (2018). *Kajian Perilaku Konsumen Pengguna Smartphone Iphone Pada Kalangan Mahasiswa Stiesia Surabaya*.

- Makalew, A. J. L., Mananeke, L., Ch, D. A., & Linting, . A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung. *Jurnal MBA*, 7(3), 2631–2640.
- Matande, I. (2018). *Economics bosowa journal edisi xxiv januari s/d maret 2018*. 4(001), 67–79.
- Muchlis, M. A. (2018). Keamanan Dalam Wisata Bahari (Penyelaman dan Surfng): Tinjauan Permen Pariwisata R.I. No. 3 Tahun 2018. *Ilmu Dan Budaya*, 41(3), 7769–7794.
- Pangastuti, R. L. (2017). The Influence of Experiential Marketing And Service Quality For being Reasonability of Customers Loyalty Forming (Case Study of Beauty Saloon of London Beauty Center “LBC”). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(2), 198.
- Panjaitan, D. . (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Fitness First Cabang Oakwood). *Jurnal Online Internasional & Nasional Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 4(1), 44–60.
- Pramudita, Y. A., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*,

I(1), 1–7.

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, *5*(2), 128–137.

Rosanti, N., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Experiential Marketing Dan Experiential Value Terhadap Customer Satisfaction (Survei pada Mahasiswa FIA Bisnis 2013/2014 Pengguna Android Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *16*(1), 84996.

Safitri, W. R. (2016). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Kejadian Demam Berdarah Dengue Dengan Kepadatan Penduduk di Kota Surabaya Pada Tahun 2012 - 2014. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga*, *9*.

Saidani, B., & Arifin, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *7*(2), 109–124.

Salangka, D. B. M., Massie, J., & Tampenawas, J. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3), 3714–3723.

- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image , Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27–34.
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I. W., & Dewi, L. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket Wisata Sepeda Di Desa Penglipuran. *Jurnal IPTA*, 8(1), 119.
- Solihin, D., Kunci, K., Beli, M., & Pembelian, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *J. Mandiri*, 4(1), 38–51.
- Suryadi, & Djajanto, L. (2020). Analisis Pengaruh Atribut Produk Sepeda Motor Terhadap Perilaku Konsumen. *11*, 17–24.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promos, dan Kepercayaan terhadap KEpuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Jurnal Manajemen Unpad*, 8(4), 1–20.
- Theodora, P., & Felicia, F. (2020). Pengaruh Perceived Authenticity Terhadap Place Attachment Dan Revisit Intention Wisatawan Di House Of Sampoerna. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 1–17.

- Triastuti, F., & Ferdinand, A. T. (2012). *ULANG KONSUMEN (Studi Pada Buket Koffee + Jazz Semarang). 1(4)*, 1–13.
- Umayah, B., & Kurniawan, F. (2019). Analisa Perilaku Konsumen Melalui Data Transaksi Berbasis Pendekatan Market Basket Analysis. *Sains, Aplikasi, Komputasi Dan Teknologi Informasi*, *1(2)*, 30.
- Widiyanti, W., & Retnowulan, J. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Wisata Edukasi D’Kandang Depok. *Ejournal.Bsi.Ac.Id*, *2(1)*, 64–73.
- Wijaksono, R. A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkt Surabaya). *7*, 344–353.
- 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*, *2(2)*, 121–130.
- Zen, Z. W., Albar, B. B., & Mayasari, H. (2017). Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *8(1)*, 1–12.

b. Website

Asityo, W. (2020, Agustus 27). *Menikmati Wisata di Pantai Carocok*. Retrieved Desember 21, 2020, from Kompas.com: <https://foto.kompas.com/photo/read/2020/8/27/1598418191bb9/1/menikmati-wisata-di-pantai-carocok>

Desfinal, R. (2019, April 30). *Dibangun Tahun, Pujasera Siap Manjakan Pengunjung Pantai Carocok Painan*. Retrieved Januari 5, 2021, from Jurnal Sumbar: <https://jurnalsumbar.com/2019/04/dibangun-tahun-pujasera-siap-manjakan-pengunjung-pantai-carocok-painan/>

Jumidin. (2020). *Progres Mesjid Terapung*. Infopessel. <https://www.instagram.com/p/CIIW5NtBQPy/benius>, k. h. (2018). *panduan penulisan skripsi*. kalimantan tengah: Fisip, Universitas Kristen Palangka Raya.

Marlison. (2020, November 19). *Berita PESSEL*. Retrieved November 28, 2020, from PESISIRSELATANKAB.GO.ID: <https://berita.pesisirselatankab.go.id/>

Purnomo, K. (2019, Maret 8). *Mandeh, Raja Ampat-nya Sumatera yang Dipromosikan*. Retrieved Desember 20, 2020, from Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2019/03/08/150900027/mandeh-raja-ampat-nya->

Reda. (2020, 01 02). *Padangkita.com*. Retrieved 01 09, 2021, from Ada Masjid Raya Megah di Puncak Mandeh: <https://padangkita.com/ada-masjid-raya-megah-di-puncak-mandeh/sumatera-yang-dipromosikan-jokowi?page=all>

c. Buku

- Ghozali, I. (2018). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Jati, W. S. (2018). *STATISTIK OBJEK DAYA TARIK WISATA 2018*. Jakarta: BPS RI.
- Jaya, I., & Ardat. (2013). *Penerapan statistik untuk pendidikan* . Bandung: citapustaka media perintis.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Menejemen 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kuncoro, R. (2008). *Cara menggunakan dan memakai analisi jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabet.
- Luturlean, B. S. (2019). *Strategi Bisnis pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Nazareth, L. (2007). *he Leisure Economy: How Changing Demographics, Economics, and Generational Attitudes Will Reshape Our Lives and Our Industries*.
- Srirahmadani, I. (2020). *Statistik Daerah Kabupaten Pesisir Selatan 2020*. Painan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pesisir Selatan.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2009). *Statistik Teori dan Aplikasi .Edisi Ketujuh Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Utama, D. I. (2016). *pengantar pariwisata*. Jakarta: Deepublish Publisher.
- William, J. B. (2003). *service quality in leisure and tourism* . Chambridge: CABI .
- Yulianto, N. A. (2018). *Metologi Penelitian Bisnis*. Malang: POLINEMA PERS.

Zeithaml, V. A. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 7th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.