

DAFTAR PUSTAKA

- Andre, I. K., Sardana, K., & Rahanatha, G. B. (2024). *Pengaruh Citra Destinasi , Perceived Value dan Experiential Marketing Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Pelanggan Domestik Bali Dive Resort and SPA Tulamben)*. 20(September).
- Anggraini, V., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). The Effect of Perceived Value and Tourist Experience on Revisit Intention through Customer Satisfaction as Mediation Variables in Tourism Village International Journal of Current Economics & B. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3), 328–240.
- Anjani, D. D., Ratih Tresnati, & M. Malik Akbar Rohandi. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Sate Cak Ahmad (Survey Konsumen Cak Ahmad di Kota Bandung). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 75–82. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i1.219>
- Aprilianti, A. A. I. K., Rastini, N. M., & Rahanatha, G. B. (2023). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(3), 145. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Aprillaurel, L., & Halim, P. A. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi) PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(1), 1667–1679.
- As'ad, A.-R. H., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 335.
- Evelyna, F. (2022). *Pengaruh Servicescape , Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen*. 2, 203–219.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research Jilid I, II, III : Untuk Penulisan Laporan Skripsi Doctoral Disertation, Tesis, Dan Disertasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasani, M. A. A. (2023). Perceived Value, Service Quality, and Heritage Tourism Effect to Revisit Intention of Guest. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Indrawati, D. (2019). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PEMBELIAN PRODUK DI SHOPEE. [Http://Repository.Stiemce.Ac.Id/Id/Eprint/69](http://Repository.Stiemce.Ac.Id/Id/Eprint/69).
- Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017). Customer experience – a review and research agenda. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(3), 642–662. <https://doi.org/10.1108/JSTP-03-2015-0064>
- Johanes, F., Porajou, M., Dotulong, L. O. H., & Ogi, I. W. J. (2024). Pengaruh Social Media, Cafe Atmosphere, Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Lepoet Coffee House Ratahan. *Indonesian Journal of Economics*, 1(5), 357–366.
- Julianis, A., Wulandari, D. P., Pariwisata, F., Perhotelan, D., & Padang, U. N. (2023). Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali Ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto the Influence of Perceived Value on Gen Z'S Interest in Returning To the Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. *VISIONIDA Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 165–173. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs>,
- Kawatu, V. s., Mandey, silvya l., & Lintong, debry ch. a. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 400–410.
- Malau, M, F, & E., Program, D., Ekonomi, S., & Fakultas, P. (2020). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Pantai Paristigaras*. 2(2), 116–123.
- Mustika, I., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Salah Satu Villa Di Alahan Panjang. *Jurnal Visionida*, 9(1), 7–16. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i1.8521>

Muzaqqi, F. D. J., & Ningsih, L. S. R. (2023). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION PADA AGROWISATA PETIK JERUK SUMBERSONO DLANGGU MOJOKERTO. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 1(2).

Omar, Y. A. A. A., Amri, A., & Hasani, M. C. (2021). *Pengaruh Social Media , Customer Experience dan Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus pada Pantai Akkarena , Makassar) The Impact of Social Media , Customer Experience and Servicescape on The Revisit Intention in .* 26(April 2016), 70–77.

Omar, Y. A. A. A., Maupa, H., & Hakim, H. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Impact Of Social Media , Customer Experience And Servicescape On The Revisit Intention In Marine Tourism.* 6(1), 227–241.

Philip, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas.* Indeks.

Poluian, J. G., Mandey, S. L., & M, J. D. D. (2022). Analisis digital marketing terhadap revisit intention pada objek wisata di kota tomohon sulawesi utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Samratulangi (Jmbinsrat)*, 9(2), 723–741.

Pratama, I. P. A. E. (2020). Social media dan social network: memahami dan menguasai penerapan social media dan social network dalam berbagai aspek: bisnis, teknologi, etika, dan privasi. *Denpasar Informatika*.

Pratiwi, B., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Equity, dan Perceived Value Terhadap Continuance Intention pada Pengguna Marketplace di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1).

Putri Mauliza, Ari Prabowo, & Henry Aspan. (2023). ANALISIS SOCIAL MEDIA PROMOTION, PERCEIVED VALUE, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REVISIT INTENTION WISATAWAN PADA SAWAH LUKIS BINJAI. *Menara Ekonomi*, ISSN:2407-8565;E-ISSN:2579-5295, IX(1), 28–46.

Raymundus Samosir, & Dwi Pratiwi Wulandari. (2024). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Fave Hotel Olo Padang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*,

3(1), 136–146. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2743>

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.

Riva, F., Magrizos, S., Rubel, M. R. B., & Rizomyliotis, I. (2022). Green consumerism, green perceived value, and restaurant revisit intention: Millennials' sustainable consumption with moderating effect of green perceived quality. *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 2807–2819. <https://doi.org/10.1002/bse.3048>

Rizqi Annisha, Hotimah, O., & Munandar, A. (2022). The Influence of Attractions and Amenities on Revisit Intention at the Natural Tourism Object of the Hulu Dayeuh Trijaya Campground, Mandirancan District, Kuningan Regency. *Jurnal Spatial Wahana Komunikasi Dan Informasi Geografi*, 22(2), 154–160. <https://doi.org/10.21009/spatial.222.09>

Rompas, F., Saerang, D. P. E., & Tumewu, F. J. (2019). Influence of Destination Image and Customer Experience to Revisit Intention at Kai' Santi Garden. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4561–4570.

Rossa, Z. A., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Food Quality, dan Service Quality terhadap Revisit Intention pada Pelanggan Korean Garden Thematic Cafe: Studi pada Rest Korean Garden Coffee and Eats Sidoarjo. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 4020–4032. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.6140>

Santosa, A. B., & Rianto, Y. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP REVISIT INTENTION JASA GPHOTO. *Ecconomicus*, Vol. 15 No.

Saragih, M. G., Aditi, B., & Suyar, A. S. (2022). *Perceived Value , Kepuasan dan Revisit Intention Wisatawan pada Lokasi Wisata*. 3(2), 253–258. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1717>

Selviana, & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 37–45.

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.
<https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p15>

Sifa, M., & Rusnendar, E. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention di The Foodhall Neo Soho Jakarta. *In Search – Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism*, 22(02), 320–331.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. In Setiyawani (Ed.), *ALFABETA BANDUNG*. ALFABETA, cv.

Vinerean, S. (2017). *Importance of Strategic Social Media Marketing*. 5(1), 28–35.

Vivie, S., Hatane, S., & Diah, D. (2013). Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C. *Journal of Manajemen Pemasaran Petra, Volume 1*(Nomor 1), Hal. 1-15.

Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214.
<https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>

Zuhri, R. M. M. and S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun @photose.id. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7 no. 1, 691.