

DAFTAR PUSTAKA

- Ab, A. (2018). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan humaniora*.
- Ardhana. (2014). Pengaruh Kualitas Objek Wisata Sumatera Barat Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajemen FE UNAD*.
- Artuger, S., Cevdecetisoz, B., & Kilic, I. (2013). The Effect of Destination Image on Destination Loyalty An Application In Alanya. *Journal of Bussiness and Management European*.
- Bandung, A. (2020, juni 07). *Kalah Pamor, Jumlah Wisatawan Tangkuban Parahu Menurun*. Retrieved from ayobandung.com:
<https://republika.co.id/berita/daerah/jawa-barat/q36fzx118000/kalah-pamor-jumlah-wisatawan-tangkuban-parahu-menurun>
- Brata, I. B. (2016). KEARIFAN BUDAYA LOKAL PEREKAT IDENTITAS BANGSA . *Jurnal Bakti Saraswati Vol. 05 No. 01*.
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION: MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGUNJUNG JAWA TIMUR PARK I BATU. *EKOBIS – Ekonomi Bisnis Vol. 24 No. 1* , 1-11.
- Diarta, I. K., & Pitana. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bali: Andi Yogyakarta.
- F.Rompas, D.P.E.Saerang, & F.J.Tumewu. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Niat Kunjungan Kembali Ke Kai' Santi Garden . *Jurnal EMBA*.
- Garthika, D., & Wahdiniwaty, R. (2020). The Effect of Customer Value on Customer Loyalty at Bandung Tourist Location. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 112*, 110-112.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gronhold, L., Stigjorgensen, A. M., & Jensen, P. (2015). Customer Experience Management and Bussiness Performance. *International Journal of Quality and Service*.
- Gujarati. (2005). *SPSS versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia.
- Gunawan, D. (2020, 8 22). *Masyarakat Gelar Ruwatan Gunung Tangkuban Parahu*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/read/detail/258478-masyarakat-gelar-ruwatan-gunung-tangkuban-parahu>

- Haji, S. A., & Sina, I. (2016). PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE. *Jurnal Penelitian Humano Vol. 7 No. 2*.
- Hardiansyah, & Yuningsih, E. (2018). Analisis Pengaruh Costumer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (revisit Intention) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor. *Jurnal Visionida Vol 4 No.1*.
- Hsiu, J. C. (2013). The Effect Of Visitor's Consumption Experience and Tourism Image on Tourist Satisfaction and Revisit Intention of Taiwan's Night Market. *GSTF International Journal On Bussiness Review, Vol. 3 No. 1*.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Memperngaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol. VI, No. 2, 1049*.
- Hyunjin, J. (2013). The Effect of Experiential Marketing on Consumer Satisfaction Revisit Intention of Beauty Salon. *Journal of Fashion Bussiness*.
- Juanim, & Lilis, N. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Image of Urban Destination dan Dampak Pada Post-Visit Behavior. *Trikonomika*.
- Kuo, & Chen-Tsai. (2012). Tourist Satisfaction and Intention To Revisit Sunmoon Lake.
- Lertputtarak, S. (2012). The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand . *International Journal of Business and Management Vol. 7, No. 5, 111-122*.
- Makalew, A. J., Mananeke, L., & Debry, C. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjungan Ulang) Wisata Pada Objek Wisata Alam Batu Angus di Bitung. *Jurnal EMBA*.
- Mehmetoglu, & Engen, M. (2011). Pine and Gilmourt Concepts Experience Economi and Its Dimension; An Empire Examination In Tourism. *Journal of Quality Asurance in Hospitality and Tourism*.
- Mustika, S. (2019). *Ini Yang Paling Dicari Traveler Wanita Indonesia Saat Wisata*. Jakarta: detikTravel.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Nasermoadeli, A., Coonling, K., & Magnatic, F. (2013). Evaluating The Impacts of Costumer Experience on Purchase Intention. *Journal of Bussiness and Management Vol.8 No. 6*.
- Nawijn, J., & Miquelle. (2010). Vacationers Happier, but Most not After a Holiday. *Applied Research Quality Of Life, 35-47*.
- Nidiatus, F. (2016). Analisis Pengaruh Pendapatan dan Biaya Perjalanan Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Ke Kota Batu. *Jurnal Ilmiah, 12*.

- Nuraeni, B. S. (2014). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang . *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Nyoman, N. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN PADA DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN BADUNG. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 279-308.
- Pantaouw, P., & Pangemanan, S. (2014). The Effect of Destination Image and Tourist Satisfaction on Intention To Revisit In Lembeh Hill Resort. *Journal EMBA*.
- Petrack, J. F., Morais, D. T., & Norman, W. C. (2001). An Examination of The Determinan of Entertainment Vacationers Intentions To Revisit. *Journal of Travel Research*.
- Pramminingsih, Lipuringtyas, & Rimenta. (2014). Roles of Motivation and Destination Image In Predicting Tourist Revisit Intention A Case of Bandung Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*.
- Pranoto, R. g., & Dr. Hartono Subagiyo, S. M. (2015). Analisa Pengaruh Costumer Experience Terhadap Costumer Satisfaction Pada Konsumen di Rossetas Cafe and Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Qu, H., Lisa, K. H., & Holly, H. (2011). A Model of Destination Branding Integrating The Concepts of The Branding and Destination Image. *Tourism Management Journal*.
- Radaswara, R., Santy, R. D., & Iffan, M. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *JURISMA*, 3.
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using Netnography Research Method To Reveal The Underlying DIMension of Costumer or Tourist Experience. *Qualitative Market Research An International Journal*.
- Ridwan, M. F., & Aini, N. (2019, 09 24). *Wisatawan Turun Drastis Sejak Tangkuban Perahu Erupsi*. Retrieved from Republika: <https://nasional.republika.co.id/berita/pw1ujm382/wisatawan-turun-drastis-sejak-tangkuban-perahu-erupsi>
- Sanjaya, S. (2012, april 25). *Keindahan dan Contohnya*. Jakarta.
- Santy, R. D. (2018). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Faktor Kepribadian Konsumen Dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality. 7.
- Santy, R. D., & Zulianti, M. (2018). Can Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions Influence The Visitors Interest in Buying at Department Stores in Bandung? *International Conference on Business, Economic, Social Sciences and Humanities (ICOBEST 2018)*, 258.
- Sirait, H. (2014). PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA BUKIT GIBEON KECAMATAN AJIBATA KABUPATEN TOBA SAMOSIR.

- Statistik, B. P. (2019, 09 24). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara, 2015 - 2018*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/dynamic/2019/09/24/1645/jumlah-kunjungan-wisatawan-nusantara-2015---2018.html>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. (2016). Studi Tentang Keamanan dan Keselamatan Pengunjung Hubungannya Dengan Citra Destinasi (Studi Kasus Gembira Loka Zoo) . *Jurnal Media Wisata*.
- Sukwadi, R., Indrawati, W., & Stephanie, J. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali Ke Pekan Raya Indonesia : Peran Moderasi dari Kesadaran Merk.
- Sulistiari, I. N., & Yoestini. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Journal of Management*.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Indonesia*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Team, T. (2020, 8 23). *Wanita Lebih Suka Traveling Ketimbang Pria*. Retrieved from Traveloka: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>
- Victor, I. (2011). Analisis Valuasi Ekonomi Menggunakan Travel Cost Method dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Ke Hutan Wisata Dumai.
- Wahdiniwati, R. (2013). MAKANAN DAN HIBURAN DAERAH SEBAGAI ATRAKSI WISATA MENJADI PROSPEK BISNIS MENINGKATKAN PAD (Suatu Survey Pada Wisatawan di Bandung Raya. *IRWNS*, 78-82.
- Wahdiniwati, R. (2014). Membangun Reputasi Destinasi Pada Kota Metropolitan Negara Berkembang (Suatu Survey Pada Wilayah Bandung Raya). *Proceedings SNEB*, 1-9.
- Walter, U., Edvardsson, B., & Ostrom, A. (2010). Drivers of Customers Service Experience A study in The Restaurant Industry. *Jurnal Managing Service Quality*.
- Wang, Y. H. (2011). Recreation Benefit, Recreation Experience, Satisfaction and Revisit Intention Evidence From Moi Zai Dun Story Island . *Journal of Bussiness and Economic Policy*.
- Wei, L. H., Yi, L. J., & Po, H. H. (2014). Creative Experience, Memorability and Revisit Intention In Creative Tourism. *Current Issues in Tourism*.
- Wibowo, S. F., Sazali, A., & P, A. K. (2016). The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Towards Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

- Wikipedia. (2020, 04 20). *Gunung Tangkuban Perahu*. Retrieved from id.wikipedia.org: https://id.wikipedia.org/wiki/Gunung_Tangkuban_Perahu
- Wikipedia. (2020, 04 21). *Pariwisata Di Indonesia*. Retrieved from Wikipedia Bahasa Indonesia: https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. (2016). Pengaruh Costumer Ecxperience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism and Hospitality Essentials Journal*.