

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Firdaus dan Agnes Kanyan. (2013). Managing The Dimensions of Relationship Marketing In The Food Service Industry. *Malaysia—Journal Pengurusan Vol. 37*.
- Akdon dan Ridwan. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. Cetakan 2*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Annisa, I. T. (2023). PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PENGALAMAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI KEMBALI EKOWISATA ALAM. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 363–372.
- Aryanatha, H. (2022). Pengaruh customer experience dan kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu berkunjung kembali ke woobar w bali–seminyak: The effect of customer experience and quality of service on the decision of guests to return to woobar w bali–seminyak. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(7), 1707-1718.
- Astana, I Gusti Made Oka. (2022). Pengaruh Service Quality, Relationship Marketing dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Pada Lia Beauty Salon. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 56-633. <https://doi.org/10.55822/asd.v15i1.234>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Provinsi Jawa Timur. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan Devisa Negara Sektor Pariwisata di Indonesia. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 6(2), 243-270.
- Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 5(2), 184-195.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haris, Y. Pengaruh Penerapan Relationship Marketing dan Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Toko Ritel.
- Howard, John A., Seth, Jagdisth N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Willey & Sonds, Inc.

<https://disparbudpora.bondowosokab.go.id/tag/pariwisata-bondowoso> diakses pada 10 Januari (2024).

<https://wttc.org/research/economic-impact> diakses pada 10 Januari (2024).

Joseph, Cronin J. dan Taylor Steven A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing, July (56)—1992*, DOI: 102307 /1252296, Publication at: <https://www.researchgate.net/publication/225083621>

Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Erlangga: Jakarta.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (edisi ke 12)*. Jakarta: Pt Indeks.

Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587-592.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*, Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat, (2016).

Mowen, J.C. 2009. *Consumer Behaviour*. New York: Macmilan Publishing Company.

Mulyana, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Minat Berkunjung di Saung Angklung Udjo Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 2(2), 188-208.

Nasution, A. E dan Lesmana, M. T. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan

Ndubisi, N.O. (2007). Relationship Marketing and Customer Royalty. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 25, No. 1, pp. 98-106.

Nuraeni, Bellinda Sofia. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23, No. 1—Universitas Diponegoro. DOI: <https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>

Pendit, Nyoman S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradya Paramita.

- Prakoso, D., Pujiastuti, E. & Sadeh. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali (Studi Wisatawan DI Wisata Alam Posong Temanggung). *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*. Vol. 5 No 2, 185-201.
- Prayitno, Ryanto Hadi. (2010), “Peranan Analisa Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Ksus pada PT. X)”, *Jurnal Manajemen, Volume 2 No.1*, 7-8.
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *Dialektika*, 5(2), 370354.
- Putra, I. G. N., Sudiarta, I. N., & Mananda, I. G. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh. *Jurnal IPTA ISSN*, 2338, 8633.
- Putri, S. K., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Pengalaman dan Kepercayaan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Ranu Klakah Kabupaten Lumajang Tahun 2021. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 17(1), 67-72.
- Sari, W. A., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 49-58.
- Schmitt, Bernd H. (1999). *Experiential Marketing: How To Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate Your Company and Brand*. New York: The Free Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi, Cetakan Ke 22*. Bandung: Alfabeta.
- Tamahela, F. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung dan Pengalaman Pengunjung terhadap Keputusan Berkunjung Ulang (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Mojosemi Forest Park Magetan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Terhadap Purchase Decision di Lazada. *E-Proceeding of Management*, VIII(1), 209. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14359/14143>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.
- Walter, Ute, B. Edvardsson, dan Asa Ostrom. (2010). Drivers of customers service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality* Vol. 20 No. 3, pp.236-258.
- Widarjono, Agus. (2016). *EKONOMETRIKA: Pengantar dan Aplikasinya. Edisis Keempat*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.