

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. *Seminar Nasional Kepariwisata* , 1(1), 248–257.
- Asyam Irsyadi, N., & Andriani, N. (2024). The Influence Of Tourist Experience On Interest In Visiting Again Through Mediation Of Customer Satisfaction On The Beach Nine District Gili Genting Sumenep District. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 308–319.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Cazorla-artiles, J. M., Eugenio-martin, J. L., & Eugenio-martin, J. M. C. J. L. (2023). *Machine Translated by Google Manajemen Pariwisata*. 95(November 2022), 223–233.
- Destinasi, P. C., Dan, H. T., Terhadap, F., Berkunjung, M., Nusantara, D. I., & Park, E. D. U.(n.d.). 1) , 2) , 3) 1.
- Dwinanda, G., & Yuswari, N. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120–136.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Ghozali, I. (2018). *Book_2018_Ghozali.pdf* (p. 30).

Ilfani, S., Akramiah, N., Puteri, D., Subagio, W., Fakultasekonomi, M., Merdeka, U.,
Fakultas,D., Universitas, E., Pasuruan, M., Bakau, B., Kota, R., & Mayangan,
K. (2024). *Issn : 3025-9495*. 6(4).

Intan, M., Dewi, P., Pariwisata, D., Bali, P. P., Tirtawati, N. M., Pariwisata, D., Bali, P.
P.,

Liestiandre, H. K., Pariwisata, D., & Bali, P. P. (2023). *Pengaruh memorable
tourism experience terhadap kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali
di desa wisata penglipuran*. 22(2), 132–148.

Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap
keputusan pembelian. *Repository Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–15.
<http://eprints.umsida.ac.id/6801/>

Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan
Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek
Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*,
10(2), 153–166.

Malikhah, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian
Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta.
Upajiwa Dewantara,7(1), 28–38.

Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P)
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era

Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

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>

Nurani, P. &. (2016). Nurani Aulia Oktaviona Putri, 2016 Pengaruh Iklan Televisi “TCASH Semua Bisa Sekali Tap” Terhadap Sikap Pada Merek Universitas Pendidikan Indonesia
| repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 50–73.

Puspitasari, R. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Pahawang Lampung. 20, 1–23.

Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in china? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender.

Foods, 9(4).

SESARIA, M. Defenisi Kepuasan Menurut Kotler & Keller (2018). BISMA (Bisnis Dan Manajemen), 2020, 2004.

