

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. *SENORITA: Seminar Nasional Kepariwisata*, 1(1), 248–257.
- Alvionita, N., & Rofianto, W. (2022). Faktor Pembentuk Memorable Tourism Experience serta Implikasinya terhadap Revisit Intention dan eWOM Intention: Studi pada Sektor Pariwisata di Provinsi Bali. *Prosiding National Seminar on ...*, 2(2), 80–90.
<http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/2419%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/2419/1461>
- Arlianto, R. H. S., Novianti, E., & Endyana, C. (2020). Peluang Event Pariwisata Dalam Mengatasi Unsustainability Tourism di Pantai Kelapa Patimban Pusakanagara Kabupaten Subang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 375. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v06.i02.p07>
- Dalimunthe, N. R., & Purwanti, E. Y. (2021). Analisis Keputusan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Saloka Theme Park. *Diponegoro Journal of Economics*, 10(1), 1–10.
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110–117.
<https://doi.org/10.15294/maj.v2i1.1954>
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41.
<https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Febriyanti, H. R., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Memorable Tourism Experience dan Perceived Risk Terhadap Revisit Intention Pada Destinasi Wisata Curug Cigentis di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 3(2), 58–66.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6982198>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Ed. 9.; Ce). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman Edisi 2011*. Fakultas Ekonomi UGM.

- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Event tourism and event imposition: A critical case study from Kangaroo Island, South Australia. *Tourism Management*, 64, 73–86.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.002>
- Ismail, F. F., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Event Pariwisata dan Physical Evidence terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1360–1368.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1360-1368>
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2009). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Larasati, Y. (2017). *EVENT AWARENESS, EVENT IMAGE DAN KUALITAS EVENT DALAM MENCIPTAKAN NIAT BERKUNJUNG KEMBALI PENGUNJUNG SOLO CAR FREE DAY* [INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA].
[https://www.oecd.org/dac/accountable-effective-institutions/Governance Notebook 2.6 Smoke.pdf](https://www.oecd.org/dac/accountable-effective-institutions/Governance%20Notebook%202.6%20Smoke.pdf)
- Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata* (Cetakan 1). Humaniora.
- Mohaidin, Z., Wei, K. T., & Murshid, M. A. (2017). Factors influencing the tourists' intention to select sustainable tourism destination: a case study of Penang, Malaysia. *International Journal of Tourism Cities*, 3, 442–465. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2016-0049>
- Muhammad, A., Aisjah, S., & Rofiq, A. (2018). Penilaian Memorable Tourism Experience Sebagai Faktor Penentu Daya Saing Destinasi Wisata Dengan Menggunakan Pendekatan Rapid Appraisal (Rap). *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 272.
<https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.006>
- Nasrullah, Susanty, S., Rusli, M., Sudarso, A., Purba, P. B., Noviasuti, N., Kausar, D. R. K., Simamarta, H. M. P., Hutama, P. S., & Sudiarta, I. N. (2021). Pemasaran Pariwisata : Konsep, Perencanaan & implementasi. In J. Simamarta (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Cetakan 1,). Yayasan Kita Menulis.
- Nurlestari, A. F. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang*

Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Inetvening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. 2, 1–9.

- Pakarti, S., Andriani, K., & Mawardi, kholid m. (2017). Pengaruh City Branding Dan Event Pariwisata Terhadap. *Pengaruh City Branding Dan Event Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Kabupaten Banyuwangi, 47(1), 1–8.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, 64.*
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata : Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata.* Andi.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 11(1), 74.* <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Pujiyati, H., & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). Antecedent Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual Di Bali (the Antecedent of Spiritual Tourist Revisit Intention in Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(1), 21.* <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p02>
- Reinissa, A., & Fitri, I. (2017). Persepsi Ibu Nifas Tentang Pelayanan Postnatal Care Dengan Kunjungan Ulang. *Higeia Journal of Public Health, 1(4), 109–119.* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia>
- Roz, K. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Servicescape terhadap. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 8(1), 132–141.* <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5627>
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran.* Linda Karya.
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang di Balai Kesehatan Masyarakat. *Higeia J Public Heal Res Dev, 5(1), 145–157.*
- Simanjuntak, D. F., & Irawan, A. (2018). PENGARUH EVENT PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Wisatawan Domestik yang Berkunjung ke Event Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis, 61(3), 144–153.*

- Siregar, S. (2017). STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2019). PENGARUH AKSESIBILITAS , EXPERIENTIAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 75, 1–11.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- Wibawa, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee. *Publikasi Ilmiah*.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A Model Of Perceived Image, Memorable Tourism Experience And Revisit Intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336.