

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H.
DJUANDA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort & Leisure



disusun oleh:

Aliffio Fathi Rahman

NIM 1908431

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H. DJUANDA**

disusun oleh:

Aliffio Fathi Rahman

NIM 1908431

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort & Leisure

© ALIFFIO FATHI RAHMAN

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Aliffio Fathi Rahman

1908431

PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H. DJUANDA

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Ghoitsa Rohmah N, S. par., M. Si

NIP. 19880703 201504 2 002

Pembimbing II



Sri Marhanah, S.S., M.M

NIP. 19811014 200601 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure

Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda”** dengan beserta isinya yaitu merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri. Tidak ada unsur jiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sah atau tidak sesuai dengan etika keilmuan

Atas pernyataan ini saya sangat siap menanggung resiko/sanksi jika dikemudian hari ditemukan terdapat pelanggaran etika keilmuan dan terdapat klaim dari pihak lain terhadap karya skripsi saya.

Bandung, 18 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Aliffio Fathi Rahman

NIM 1908431

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan Rahmat serta karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata dalam program studi Manajemen Resort & Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda”**.

Penelitian skripsi ini tentunya tidak akan terselesaikan dengan baik apabila tidak dengan bantuan dan arahan oleh berbagai pihak, terutama dosen pembimbing dalam membantu menyusun penelitian skripsi ini. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih, dan besar harapan peneliti agar penelitian skripsi ini dapat menjadi suatu ilmu pengetahuan baru dan menambah wawasan kepada pada pembacanya.

Bandung, 18 Desember 2023

Peneliti,



Aliffio Fathi Rahman

NIM 1908431

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebagai ungkapan rasa bersyukur peneliti mengucapkan *Alhamdulillah* terhadap ke hadirat Allah Swt.atas berkat, dan Rahmat serta karunia-Nya atas kesempatan yang diberikan agar dapat menyusun skripsi ini hingga selesai

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penulisan penelitian skripsi ini tak terlepas dari kesalahan dan kekurangan yang jauh dari kata sempurna. Dengan begitu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun agar menjadi bentuk evaluasi yang sangat baik bagi peneliti maupun bagi pembaca. Dalam penyelesaian penelitian skripsi ini, dengan rendah hati dan penuh dengan rasa hormat, peneliti mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt. atas nikmat, berkat dan Rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan segala prosesnya yang telah dilewati
2. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan serta motivasi agar penulis menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik dan lancar.
3. Ibu Khoitsa Rohmah N, S. par., M. Si, selaku dosen pembimbing I skripsi. Terima kasih atas segala keikhlasan, arahan, dan kesabaran untuk memberikan dukungan kepada peneliti. Terima kasih atas setiap waktu yang telah diberikan untuk membimbing peneliti dalam penyelesaian penelitian skripsi.
4. Ibu Sri Marhanah, S. S., M.M, selaku dosen pembimbing II skripsi. selaku dosen pembimbing I skripsi. Terima kasih atas segala keikhlasan, arahan, dan kesabaran untuk memberikan dukungan kepada peneliti. Terima kasih atas setiap waktu yang telah diberikan untuk membimbing peneliti dalam penyelesaian penelitian skripsi.
5. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E, M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure. Terima kasih atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan selama berjalannya perkuliahan.
6. Bapak Reiza Miftah Wirakusuma S.ST. Par., M.Sc. selaku dosen wali peneliti yang telah senantiasa memberikan ilmu dan dukungan selama masa perkuliahan
7. Seluruh dosen dan Staf Manajemen Resort & Leisure yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih atas berbagai bantuannya selama jalannya perkuliahan serta berbagai pengalaman yang telah diberikan kepada peneliti.

8. Bapak Hermawan, S. Hut., Mp. yang senantiasa menerima peneliti untuk dapat melakukan penelitian skripsi di lokasi penelitian skripsi yaitu di Tahura Ir. H. Djuanda.
9. Bapak Bugi selaku pembimbing peneliti di lokasi penelitian. Terima kasih atas segala bantuan dan arahan untuk menyelesaikan prosedur izin penelitian di lokasi penelitian yaitu di Tahura Ir. H. Djuanda.
10. Seluruh teman seperjuangan terutama Sofia Citra Farhanah, Wahyu Andri Pratama, Davana Pramadya, Fifit Sulisnawati, Agil Aditya, Angga Kahaerul, Muhammad Daffa Ulhaq, Fina Rahmawati, Azka Alfatih, Reditha Ghia, Kanando, Kinanti Habib, Muhammad Daud, Muhammad Dafin, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terima kasih telah memberikan motivasi dan membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga segala bentuk bantuan dan dukungan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini akan mendapatkan imbalan yang lebih dari Allah Swt..

Bandung, 18 Desember 2023

Hormat Saya



Aliffio Fathi Rahman

ABSTRAK

“Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap Kepuasan Pengunjung di Tahura Ir. H. Djuanda”

Oleh

Aliffio Fathi Rahman

1908431

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengalaman berkunjung, kepuasan pengunjung, dan menganalisis pengalaman pengunjung berdasarkan *comfort*, *educational*, *hedonic*, *novelty*, *recognition*, *relatinal*, *safety*, dan *beauty* terhadap kepuasan pengunjung di Tahura Ir. H. Djuanda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan verifikatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman berkunjung berada dalam kategori tinggi. Kemudian dari hasil kepuasan pengunjung juga berada dalam kategori tinggi. Pada penelitian ini memperoleh hasil nilai kontribusi dari pengalaman berkunjung terhadap kepuasan pengunjung sebesar 87,5%. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh pengalaman berkunjung terhadap kepuasan pengunjung di Tahura Ir. H. Djuanda. Maka dari itu, selaku pengelola Tahura Ir. H. Djuanda harus tetap mempertahankan dan meningkatkan optimalisasi pengalaman wisata untuk memberikan kepuasan pengunjung.

**Kata Kunci: Pengalaman Berkunjung, Kepuasan Pengunjung, Tahura Ir. H.
Djuanda.**

ABSTRACT

"The Influence of Visiting Experience on Visitor Satisfaction in Tahura Ir. H. Djuanda"

By

Aliffio Fathi Rahman

1908431

This research aims to identify visiting experiences, visitor satisfaction, and analyze visitor experiences based on comfort, educational, hedonic, novelty, recognition, relational, safety, and beauty on visitor satisfaction at Tahura Ir. H. Djuanda . This research uses a descriptive and verification quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. The sample in this study was 150 which was obtained from the results of distributing questionnaires. The research results show that the visiting experience is in the high category. Then the results of visitor satisfaction are also in the high category. In this research, the contribution value of the visiting experience to visitor satisfaction was 87.5%. Therefore, the research results show that there is an influence of visiting experience on visitor satisfaction at Tahura Ir. H. Juanda. So, as the manager of Tahura Ir. H. Djuanda still have to maintain and improve the optimization of the tourist experience to provide a satisfying tourist experience to visitors.

Keywords: Visiting experience, visitor satisfaction, Tahura Ir. H. Djuanda

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	119
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	119
KATA PENGANTAR.....	121
UCAPAN TERIMA KASIH	122
ABSTRAK	123
ABSTRACT.....	125
DAFTAR ISI.....	126
DAFTAR TABEL	128
DAFTAR GAMBAR.....	130
DAFTAR BAGAN.....	131
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Konsep Pengalaman Pengunjung	9
2.2 Konsep Kepuasan Pengunjung.....	14
2.3 Hubungan Variabel Pengalaman Berkunjung terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	18
2.5 Kerangka Pemikiran	37
2.6 Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40

3.3	Variabel Penelitian	42
3.4	Operasional Variabel	43
3.5	Sumber Data	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	50
3.7	Instumen Penelitian	51
3.8	Prosedur Penelitian	54
3.9	Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1	Profil Tahura Ir. H. Djuanda	74
4.2	Karakteristik Pengunjung Tahura Ir. H. Djuanda.....	74
4.3	Analisis Deskriptif.....	82
4.4	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terkait Pengalaman Berkunjung di Tahura Ir. H. Djuanda	94
4.5	Gambaran Kepuasan Pengunjung	97
4.6	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung 101	
4.7	Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung	101
4.8	Hasil dan Temuan Penelitian.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		116
5.1	Kesimpulan.....	116
5.2	Rekomendasi	117
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN.....		124

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Skor Pernyataan Skala Likert.....	52
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Skor	53
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
Tabel 3. 6 Pedoman Interpretasi Korelasi	68
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah.....	77
Tabel 4. 4 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4. 5 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Tabel 4. 6 Pendapatan Pengunjung	79
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	80
Tabel 4. 8 Frekuensi Kunjungan	80
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Kunjungan	81
Tabel 4. 10 Tanggapan Pengunjung Terkait Comfort.....	83
Tabel 4. 11 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Educational.....	84
Tabel 4. 12 Tanggapan Pengunjung terkait Dimensi Hedonic	85
Tabel 4. 13 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Novelty	87
Tabel 4. 14 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Recognition	88
Tabel 4. 15 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Relational	90
Tabel 4. 16 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Safety	91
Tabel 4. 17 Tanggapan Pengunjung Terkait Dimensi Beauty	93
Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Variabel Pengalaman Berkunjung.....	94
Tabel 4. 19 Tanggapan Pengunjung Terkait Kepuasan Pengunjung	97
Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	103
Tabel 4. 21 Kriteria Uji Linearitas.....	105

Tabel 4. 22 Hasil Uji Linearitas.....	105
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	106
Tabel 4. 24 Uji Koefisien Determinasi.....	107
Tabel 4. 25 Uji Signifikansi.....	109
Tabel 4. 26 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Wisatawan Tahura 2018-2022.....	4
Gambar 2. 1 Model Pengalaman Berkunjung.....	13
Gambar 2. 2 Model Pengalaman Berkunjung	13
Gambar 2. 3 Model Kepuasan Pengunjung	17
Gambar 3. 1 Garis Kontinum.....	67
Gambar 4. 1 Tahura Ir. H. Djuanda.....	74
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Variabel Pengalaman Berkunjung.....	96
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pengunjung.....	102
Gambar 4. 4 Grafik P-Plot.....	104

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	38
------------------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1082538>
- Alazzam, M. B., Basari, A. S. H., Sibghatullah, A. S., Ramli, M. R., Jaber, M. M., & Naim, M. H. (2016). Pilot study of EHRs acceptance in Jordan hospitals by UTAUT2. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 85(3), 378–393.
- Ali, F., Ryu, K., Hussain, K., & Ali, F. (2015). *Influence of Experiences on Memories , Satisfaction and Behavioral Intentions : A Study of Creative Tourism Influence of Experiences on Memories , Satisfaction and Behavioral Intentions : A Study of Creative Tourism*. May, 37–41. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Arikunto suharsimi. (2006). *Metodologi Penelitian*. 50.
- Arli, D, Cherrier, H., & Tjiptono, F. (2016). Marketing Intelligence & Planning Article information : God Blesses Those Who Wear Prada : Exploring the Impact of Religiousness on Attitudes toward Luxury among the Youth of Indonesia. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(1), 61–79.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470>
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607–616. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00035-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00035-8)
- Chun-Fang Chiang, & SooCheong Jang. (2006). The Effects of Perceived Price and Brand Image on Value and Purchase Intention : Leisure Travelers ’ Attitudes Toward Online Hotel Booking The Effects of Perceived Price and Brand Image on Value and Purchase Intention : Leisure Travelers ’ Attitudes Toward. *Journal of*

- Hospitality Leisure Marketing*, 15(3), 49–69. <https://doi.org/10.1300/J150v15n03>
- Cifci, I. (2022). *Testing self-congruity theory in Bektashi faith destinations : The roles of memorable tourism experience and destination attachment*. 28(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/13567667211011758>
- Febriani, A., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2018). *experiential marketing dalam upaya mempertahankan jumlah pengunjung pada obyek wisata air bojongsari (owabong) perspektif marketing syariah*.
- Ferdinand, AugustyFerdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 107–119). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/1395>. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 107–119). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13957>
- Green, P., Dan, M., Image, B., Kasus, S., Followers, P., & Twitter, A. (2020). pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk the body shop indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>
- Jeon, H. M., Yoo, S. R., & Kim, S. H. (2020). *The Relationships among Experience , Delight , and Recollection for Revisit Intention in Chocolate Exposition*.
- Kim, J. H. (2018). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856–870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- Kozak, M. (2010). Holiday taking decisions - The role of spouses. *Tourism Management*, 31(4), 489–494. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.014>
- Kristiutami, Y. P., & Syarifuddin, D. (2020). Pengaruh Pengalaman Museum Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Sri Baduga. *Jurnal Nusantara*, 3(2), 1–13. <http://jurnal.akpada.ac.id/index.php/nusantara/article/download/28/7>
- Lee, S., Jeon, S., & Kim, D. (2011). The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Management*,

- 32(5), 1115–1124. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.016>
- Lin, C. H., & Kuo, B. Z. L. (2016). The Behavioral Consequences of Tourist Experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84–91. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.017>
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.010>
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). *pengunjung di taman margasatwa the influence of tourism facilities and quality of service to customer satisfaction at taman margasatwa*. 13(1).
- Martalia, D. (n.d.). *masa pandemi di taman nasional baluran Pendahuluan*. 9(2), 123–146.
- McNabb, D. E. (2018). Exploring Multivariate Statistics. *Research Methods in Public Administration and Nonprofit Management*, 233–250. <https://doi.org/10.4324/9781315181158-21>
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1356766707084218>
- Pratminingsih, S. (2014). Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1). <https://doi.org/10.7763/ijimt.2014.v5.479>
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225–235.
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126–149. <https://doi.org/10.1108/13522751311317558>
- Sanislow, C. A., Pine, D. S., Quinn, K. J., Kozak, M. J., Garvey, M. A., Heinssen, R.

- K., Wang, P. S. E., & Cuthbert, B. N. (2010). Developing constructs for psychopathology research: Research domain criteria. *Journal of Abnormal Psychology, 119*(4), 631–639. <https://doi.org/10.1037/a0020909>
- Sharma, P. (2019). *Understanding memorable tourism experiences as the determinants of tourists ' behaviour*. July 2018, 1–15. <https://doi.org/10.1002/jtr.2278>
- Sleman, D. I. K. (n.d.). *rawan bencana gunung merapi Pendahuluan*. 9, 287–308.
- Song, H. J., Lee, C. K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The Influence of Tourist Experience on Perceived Value and Satisfaction with Temple Stays: The Experience Economy Theory. *Journal of Travel and Tourism Marketing, 32*(4), 401–415. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.898606>
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management, 24*(1), 35–43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management, 53*, 40–60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Sugiyanto, E., & Sitohang, C. A. V. (n.d.). *optimalisasi fungsi ruang terbuka hijau sebagai ruang publik di taman ayodia kota*. 205–218.
- Tan, W. K. (2017). Repeat visitation: A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing and Management, 6*(3), 233–242. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.003>
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal, 4*(1), 1. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>
- Weng, J., Wong, C., Ka, I., Lai, W., Tao, Z., Weng, J., & Wong, C. (2019). Current Issues in Tourism Sharing memorable tourism experiences on mobile social media and how it influences further travel decisions and how it influences further travel decisions. *Current Issues in Tourism, 0*(0), 1–15.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1649372>

Yang, F. F. (n.d.). *Faktor Faktor Yang (Kalebos) 489*. 489–502.

Zhang, H. M., Peh, L. S., & Wang, Y. H. (2014). Servo motor control system and method of auto-detection of types of servo motors. *Applied Mechanics and Materials*, 496–500(1), 1510–1515.
<https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510>

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2017). Journal of Destination Marketing & Management A model of perceived image , memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, June, 1–11.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>