

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI FARMHOUSE LEMBANG

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh :

**Muhamad Akbar Firdaus
1404368**

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

2018

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI FARMHOUSE LEMBANG

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Prodi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

**Muhamad Akbar Firdaus
1404368**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2018**

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI FARMHOUSE LEMBANG

Oleh

Muhamad Akbar Firdaus

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhamad Akbar Firdaus 2018

Universitas Pendidikan Indonesia

Oktober 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Skripsi Ini Tidak Boleh Diperbanyak Seluruhnya atau Sebagian,
Dengan Dicitak Ulang, Difotocopy, atau Cara Lainnya Tanpa Ijin dari Penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI FARMHOUSE LEMBANG

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



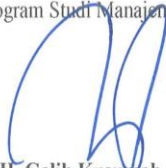
Dr.A.H. Galih Kusumah, SST., MM., CHE
NIP. 19810522 201012 1 006

Dosen Pembimbing II



Reiza Miffah Wirakusuma, SST.Par., M.Sc
NIP. 19871224 201404 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr.A.H. Galih Kusumah, SST., MM., CHE
NIP. 19810522 201012 1 006

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* di Farmhouse Lembang**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Desember 2018

Peneliti,

Muhamad Akbar Firdaus

NIM. 1404368

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI FARMHOUSE LEMBANG

ABSTRAK

Oleh

Muhamad Akbar Firdaus

NIM. 1404368

Penelitian ini menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Farmhouse Lembang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi adanya *customer experience*, *revisit intention* dan menganalisis pengaruh variabel *customer experience* terhadap *revisit intention* di Farmhouse Lembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan kuisisioner. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *customer experience* yang terbagi menjadi tiga yaitu *sensory*, *emotional*, dan *social experience* sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *revisit intention* yang terdiri dari *repeat* dan *recommended*. Data yang didapat melalui kuisisioner menggunakan aplikasi *google form* dan secara manual disebarkan kepada wisatawan yang pernah berkunjung sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linear sederhana dengan tujuan mengetahui seberapa tinggi pengaruh variabel *customer experience* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini, diketahui bahwa skor mengenai *customer experience* berada pada kategori tinggi dengan skor 3.717 dan skor mengenai *revisit intention* juga berada dalam kategori tinggi dengan skor 1543. Dilihat dari besaran pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* yaitu sebesar 31,2% atau dapat disimpulkan bahwa pengaruh *customer experience* berada pada kategori cukup.

Kata Kunci : *customer experience*, *revisit intention*, Farmhouse Lembang.

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON REVISIT
INTENTION IN FARMHOUSE LEMBANG**

ABSTRACT

By

Muhamad Akbar Firdaus

NIM. 1404368

This research analyzes the influence of customer experience on revisit intention in Farmhouse Lembang. The purpose of this research to identify the existence of customer experience, revisit intention and analyze the influence of customer experience variable to revisit intention in Farmhouse Lembang. This type of research is descriptive and vericular research. In this study, data collection techniques were obtained through observation and questionnaire. The free variables in this research are the customer experience which is divided into three namely sensory, emotional, and social experience while the variables are tied in the research of the revisit intention consisting of repeat and recomended. The Data is obtained through the questionnaire using the Google form application and is manually disseminated to travelers who have visited as many as 100 respondents. The analytical technique used in this research is a simple linear analysis technique with the aim of knowing how high the Customer experience variable affects the revisit intention. Based on the research results obtained in this research, it is known that the score about the customer experience is in the high category with a score of 3,717 and the score of the revisit intention also be in the high category with a score of 1543. Judging by the impact of customer experience on revisit intention is 31.2% or can be concluded that the influence of customer experience is in the category enough.

Keywords : *customer experience, revisit intention, Farmhouse Lembang.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugrah serta berkah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* di Farmhouse Lembang**”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini. Peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini dan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca.

Bandung, Desember 2018

Peneliti,

Muhamad Akbar Firdaus

NIM. 1404368

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, ridho rahmat dan curahan nikmat Iman dan Islam yang tiada terbatas sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari akan berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan dari skripsi ini, untuk itu berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membimbing, memotivasi, mendukung, serta bantuan dari berbagai pihak hingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan proses skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure. Terimakasih atas segala ilmu dan wawasan yang telah diberikan selama penulis menjalani pendidikan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
3. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM., selaku Dosen Pembimbing I skripsi. Terimakasih atas segala kesabaran dan keikhlasan memberikan ilmu dan wawasan yang diberikan selama penulis menyusun skripsi dan menjalani pendidikan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Bapak Reiza Miftah W, SST.Par., MSc., selaku Dosen Pembimbing II skripsi. Terimakasih telah membantu penulis dengan segala kesabarannya serta ilmu dan saran yang telah diberikan selama penulis menyusun skripsi di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
5. Seluruh jajaran dosen dan staf Manajemen Resort dan Leisure. Terimakasih banyak atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Barnas, S.Pd dan Ibu Lusia Kuncahyaningih,. S.Pd serta Kakak Yudistira Ardi Wikaya dan Srikandi

Novianti dan Keluarga Besar Bapak Barnas yang senantiasa mendoakan serta mendukung penulis hingga saat ini.

7. Terimakasih yang tak terhingga kepada Rara Rahmatika Risanti, S.P yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi serta menghibur penulis selama penulisan skripsi. *Please know that I couldn't have done anything without your support and your kindness.*
8. Terimakasih yang tak terhingga untuk Billi, Dzikry, dan Andhika atas segala bentuk dorongan, bantuan serta motivasi dan selalu menjadi tempat keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi. Dikdik, Panji, Ridwan, Ojan, Denu, dan Opik yang selalu menemani penulis dalam jatuh bangun mengerjakan skripsi ini.
9. Terimakasih banyak kepada teman-teman Sahabatku_Ines, Reyhan, Seno, Azhari dan Amel sebagai sahabat yang selalu membantu dan mendengar keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada seluruh staff Nirwana Resort Gardens Bintan atas ilmu selama penulis menjalani *Job Training* tahun 2017.
11. Terimakasih yang tak terhingga untuk teman-teman Manajemen Resort and Leisure 2013, 2014, dan 2015 yang tidak dapat penulis tulis satu-persatu.

Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, namun selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Tiada kata yang lebih indah dan bermakna selain ucapan terimakasih. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang bersangkutan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 <i>Customer Experience</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Revisit Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Analisis Data Verifikatif	Error! Bookmark not defined.

3.8 Uji Asumsi Regresi	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4 Uji Regresi <i>Linier</i> Sederhana.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.6 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.8.7 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Profil Farmhouse Lembang dan Profil Wisatawan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Farmhouse Lembang	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pengalaman Wisatawan (<i>Customer Experience</i>) di Farmhouse Lembang	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Persepsi Wisatawan Mengenai <i>Customer Experience</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pelaksanaan <i>Revisit Intention</i> di Farmhouse Lembang.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Persepsi Wisatawan Mengenai <i>Revisit Intention</i> .	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Farmhouse Lembang.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Teknik Analisis Regresi Linear Sederhana.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model dari <i>revisit intention</i>	14
Gambar 2.2 Model Konseptual dari Penelitian.....	14
Gambar 3.1 Peta lokasi Farmhouse Lembang.....	16
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.3 Garis Kontinum.....	33
Gambar 4.1 Denah Farmhouse Susu Lembang.....	38
Gambar 4.2 Gembok Cinta.....	41
Gambar 4.3 Petting Zoo.....	42
Gambar 4.4 Feed Store.....	42
Gambar 4.5 Menyusui Anak Sapi.....	43
Gambar 4.6 Sumur Harapan.....	44
Gambar 4.7 Berfoto di Rumah Hobbit.....	45
Gambar 4.8 Sewa Kostum.....	46
Gambar 4.9 Berbelanja Souvenir.....	47
Gambar 4.10 Oleh-oleh Khas Bandung.....	47
Gambar 4.11 Area Food Truck.....	48
Gambar 4.12 Gedung GSE.....	49
Gambar 4.13 Ruang Meeting.....	49
Gambar 4.14 Backyard Kitchen Resto.....	50
Gambar 4.15 Brew Coffee Shop.....	50
Gambar 4.16 Waroeng.....	51
Gambar 4.17 Toilet dan Rest Room.....	51
Gambar 4.18 Mushala.....	52
Gambar 4.19 Tempat Duduk.....	53

Gambar 4.20 Pemandangan Sore Hari.....	53
Gambar 4.21 Lahan Parkir.....	54
Gambar 4.22 Persentase Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.23 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.24 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.25 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Gambar 4.26 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	59
Gambar 4.27 Variabel Customer Experience Dalam Garis Kontinum.....	65
Gambar 4.28 Variabel Revisit Intention Dalam Garis Kontinum.....	69
Gambar 4.29 Hasil Uji Gejala Heterokedastisitas.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Review Pengunjung.....	2
Tabel 3.1 Data Kunjungan Wisata ke Farmhouse Lembang.....	18
Tabel 3.2 Operasional Variabel (X).....	22
Tabel 3.3 Operasional Variabel (Y).....	23
Tabel 3.4 Jenis dan Sumber Data.....	25
Tabel 3.5 Tabel Koefisien Korelasi nilai r.....	27
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Customer Experience dan Revisit Intention..	27
Tabel 3.7 Hasil Uji Realibilitas Cronbach Alpha.....	30
Tabel 3.8 Pedoman Koefisien Determinasi Korelasi.....	36
Tabel 4.1 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia.....	55
Tabel 4.2 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dan Pekerjaan	56
Tabel 4.3 Profil Wisatawan Farmhouse Lembang Berdasarkan Asal Daerah.....	58
Tabel 4.4 Profil Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Wisatawan Farmhouse Lembang.....	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Sensory Experience Di Farmhouse Lembang.....	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Emotional Expeience Di Farmhouse Lembang.....	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Social Experience Di Farmhouse Lembang.....	63
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Customer Experience Di Farmhouse Lembang.....	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Repeat Di Farmhouse Lembang.....	66
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Recommended Di Farmhouse Lembang.....	67

Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Revisit Intention di Farmhouse Lembang.....	68
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolomogrov-Smirnov One-Sample Kolomogrov-Smirnov Test.....	71
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	72
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Linear Sederhana.....	74
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	86
Lampiran 2. Profil Wisatawan	89
Lampiran 3. Coding Hasil Penelitian Customer Experiene	92
Lampiran 4. Coding Hasil MSI Penelitian Customer Experience	95
Lampiran 5. Coding Hasil Penelitian Revisit Intention	99
Lampiran 6. Coding Hasil MSI Penelitian Revisit Intention	102
Lampiran 7. Uji Validitas dan Uji Realitibilitas	105
Lampiran 8. SK	109
Lampiran 9. Buku Bimbingan.....	111

DAFTAR PUSTAKA

- _____. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*. Gaya Media Yogyakarta.
- Akdon & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Edisi: 2. Alfabeta.
- Al-Rasyid, H. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Kunjungan Wisatawan ke Daerah Bandung*. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/>.
- Baker & Crompton. (2000). Quality, satisfaction and behavioural intentions. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 785-804.
- Bagdare, Shilpa, dan Rajnish Jain. 2013. *Measuring retail customer experience*. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 41 No. 10, pp. 790-804.
- Baud-Bovi, M., Lawson, F. (1998). *Tourism And Recreation Handbook Of Planning And Design* UK: Bournemouth.
- Budi Purbayu Santosa dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Budi, Triton P. (2005). *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Gentile, Chiara, Nicola Spiller and Giulano Noci (2007). *How to sustain the customer experience: an overview of experience components that co*

create value with the customer. European management journal. 25 (5), 395–410.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: University Diponegoro.
- Grewal, Dhruv, Roggeveen, A.L., Tsiros, Michael. 2008. *The Effect of Compensation on Repurchase Intention in Service Recovery*. Journal of Retailing Vol. 84 No. 4, pp. 424-434.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hasan, A. (2009). *Marketing, edisi kedua*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Juliansyah Noor, (2013). “*Penelitian Ilmu Manajemen, Tinjauan Filosofis dan Praktis*” cetakan ke-1. Jakarta: Kencana.
- Kaplan, R. M., & Saccuzo, D. P. (1993). *Reabilitas dan Validitas*. (Handoko, Penerj.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisata*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kaseke., 1999, <http://vikhramaditya.blogspot.com/2012/05/teori-taman-hutankota.html>, (diakses 25 Januari 2014).
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran, Jakarta: PT. Indeks, Jakarta.
- Kuo, Ying-Feng, Tzu-Li Hu, Shu-Chen Yang. 2013. *Effects of inertia and satisfaction in female online shoppers on repeat-purchase intention. (The moderating roles of word-of-mouth and alternative attraction)*. Managing Service Quality Vol. 23 No. 3, pp. 168-187.

- Lupyoadi, Rambat, Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.
- Middleton, V. T., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mulyadi, A. J. (2010). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pendit, N. S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradyna Paramita.
- Pitana, I Gde dan Putu, G Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Radiosunu, 2001, *Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Analisa)*, edisi kedua, cetakan kelima, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Rosita, Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*.
- Sarwono, J. (2006). *Korelasi*. Diambil kembali dari www.jonathansarwono.info/korelasi/korelasi.htm.
- Schmitt, B.H. (1999). *Experiential marketing*. New York: Free Press.
- Schmitt, Bernd H. 2003. *Customer Experience Management, A Revolutionary Approach to Connecting With Your Customer*. Hoboken, New Jersey : Jhone Wiley & Sons, Inc.
- Senjaya, Vivie. 2013. *Pengaruh Customer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction & Consumer Loyalty di Kafe Exelco Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 1, no 1 2013 2-15.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: a skill building approach. (5th edition)*. United Kingdom, John Wiley & Sons Ltd.
- Sinaga, Supriono. 2010. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta. Kanisius. 150 halaman.

- Su L., Swanson S.R. & Chen X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. *Tourism Management*, 52, 82-95.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Edisi ke-6. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2010). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Vargo, and Lusch. (2004). 'The Four Services Marketing Myths: Remnants from a Manufacturing Model', *Journal of Service Research* 6(4): 324–35.
- Verhoef, P.C., Lemon, K.N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Shlesinger, L.A. (2009). *Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies*. *Journal of Retailing*. 85, 31-41.
- Wahid Sulaiman. (2004). *Analisis-Analisis Regresi menggunakan SPSS*. Yogyakarta : ANDI.
- 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.
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijaya, K., & Dedi, D. (2011). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT. Indeks.

Yang, Z.Y., & He, L.Y. (2011). *Goal, customer experience, and purchase intention in a retail context in China: An empirical study*. African Journal of Business Management Vol. 5 No. 16, pp. 6738-6746.

Yoeti, O. A. (2010). *Dasar - dasar Pengertian Hospitaliti dan Pariwisata*. Bandung: Alumni.

Zalukhu, Sukawati & Meyers, Koen. 2009. *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.

Zeithaml, V.A, M.J Bitner dan Gremler. 2009. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 15th edition*. New York: McGraw Hi