

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI KASEPUHAN CIPTAGELAR KABUPATEN SUKABUMI

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh

Arya Syah Jenar

1701211

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

2023

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI KASEPUHAN CIPTAGELAR KABUPATEN SUKABUMI

Oleh
Arya Syah Jenar

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

© Arya Syah Jenar 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

ARYA SYAH JENAR

1701211

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI KASEPUHAN CIPTAGELAR

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Erry Sukriah, SE, M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

Pembimbing II



Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc.

NIP. 19871224 201404 1 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, SE, M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Kasepuhan Ciptagelar Kabupaten Sukabumi” 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 ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2023

Arya Syah Jenar

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Kasepuhan Ciptagelar Kabupaten Sukabumi untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Wisatawan Di Kasepuhan Ciptagelar.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sepenuhnya mencapai tujuan yang diharapkan dan masih banyak kekurangan, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun daya kreativitas penulis agar mampu lebih meningkatkan kemampuan dan perbaikan pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sesuatu yang berarti bagi pengembangan ilmu dan menjadi bahan referensi dikemudian hari, serta bermanfaat bagi pihak Kasepuhan Ciptagelar.

Bandung, Januari 2023

Arya Syah Jenar

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak memperoleh bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Dr. Agus Mulyana M.Hum selaku Dekan FPIPS yang telah memberikan izin dan kemudahan selama penulis mengikuti perkuliahan di program studi Manajemen Resort dan Leisure.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, SE., M.SE. selaku Kepala Prodi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan izin dan kemudahan serta memberikan waktu dan kesempatan untuk membimbing, mengoreksi dan mengarahkan kepada hal – hal yang benar pada saat proses penyusunan skripsi berlangsung.
4. Bapak Reiza Miftah W, S.ST.Par, M.. selaku pembimbing II skripsi atas segala ilmu, motivasi dan bimbingan yang diberikan selama penulis menyusun skripsi. Terimakasih telah memberikan arahan yang terbaik dan meluangkan waktu untuk penulis.
5. Seluruh dosen, karyawan beserta jajaran staff Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
6. Bapak Dr. Prof. Darsiharjo., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan, arahan serta motivasi selama perkuliahan.
7. Keluarga yang senantiasa selalu mendukung baik secara moral maupun materi selama penulis mengikuti perkuliahan di Prodi Manajemen Resort dan Leisure.
8. Teman – teman seperjuangan penulis yaitu mahasiswa Prodi Manajemen Resort dan Leisure angkatan 2017, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan dan doa kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman – teman penulis yang tergabung dalam grup Ayo Semangat Skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan

memberikan dukungan serta motivasi yang berarti bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan limpahan pahala yang berlipat – lipat dan senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua, Aamiin.

Bandung, Januari 2023

Arya Syah Jenar

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI KASEPUHAN CIPTAGELAR KABUPATEN SUKABUMI

ABSTRAK

Arya Syah Jenar

1701211

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dari *Customer Experience* dan *Revisit Intention* wisatawan saat berkunjung ke Kasepuhan Ciptagelar. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan yaitu *Customer Experience* dengan sub variabel *sensory experience, emotional experience dan social experience*. Variabel dependen (Y) yang digunakan adalah *Revisit Intention* dengan sub variabel *the willingness to revisit dan recommend it to other*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, menggunakan teknik sampling *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 106 responden. Teknik yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* secara garis kontinum berada pada kategori sangat tinggi dengan dimensi *social experience* memperoleh skor tertinggi dibandingkan *sensory dan emotional experience*. Untuk variabel *revisit intention* terletak pada garis kontinum dengan kategori sangat tinggi, dengan dimensi *the willingness to revisit* mendapatkan skor tertinggi lalu disusul oleh dimensi *recommend it to others*. Secara simultan variabel *customer experience* berpengaruh positif namun berada pada tingkatan sangat rendah terhadap variabel *revisit intention*. Besarnya kontribusi variabel *customer experience* terhadap variabel *revisit intention* sebesar 14.6% dan 85.4% dijelaskan dengan variabel lain diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci : *customer experience, revisit intention, kasepuhan ciptagelar*

**THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION
IN KASEPUHAN CIPTAGELAR SUKABUMI REGENCY**

ABSTRACT

Arya Syah Jenar

1701211

This study aims to find out the description of tourists' Customer Experience and Revisit Intention when visiting Kasepuhan Ciptagelar. In this study, the independent variable (X) used was Customer Experience with sensory experience, emotional experience and social experience sub-variables. The dependent variable (Y) used is Revisit Intention with the sub-variables the willingness to revisit and recommend it to other. The type of research used is quantitative with the method used is a descriptive approach, using a convenience sampling sampling technique with a total sample of 106 respondents. The technique used is simple linear regression. The results of this study indicate that customer experience in a continuum line is in the very high category with the social experience dimension obtaining the highest score compared to sensory and emotional experience. The variable of revisit intention lies on a continuum line with a very high category, with the willingness to revisit dimension getting the highest score, followed by the recommend it to others dimension. Simultaneously, the customer experience variable has a positive effect but is very low on the revisit intention variable. The magnitude of the contribution of the customer experience variable to the revisit intention variable is 14.6% and 85.4% is explained by other variables outside of this study.

Keywords : customer experience, revisit intention, kasepuhan ciptagelar

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Daya Tarik Wisata.....	11
2.1.2 Wisata Minat Khusus	12
2.1.3 Wisata Budaya	12
2.1.4 Pariwisata Budaya.....	13
2.1.5 <i>Customer experience</i>	14
2.1.6 <i>Dimensi Customer experience</i>	15
2.1.7 <i>Revisit intention</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi Penelitian	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling	22
3.4 Variabel Penelitian	22
3.5 Operasional Variabel.....	23
3.6 Jenis dan Sumber Data	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data	26
3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.8.1 Uji Validitas	27
3.8.2 Uji Reliabilitas	30

3.9	Teknik Analisis Data	31
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	31
3.9.2	Analisis Data Verifikatif	32
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	35
3.9.5	Uji Koefisien Determinasi.....	35
3.9.6	Uji Hipotesis.....	36
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Profil Kasepuhan Ciptagelar.....	38
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.2	<i>Event</i> yang diselenggarakan di Kasepuhan Ciptagelar	40
4.2	Profil Responden Kasepuhan Ciptagelar.....	44
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Rentang Usia.....	45
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Teman Berkunjung	48
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Event</i> yang Dikunjungi	49
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	49
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	50
4.3	Gambaran <i>Customer Experience</i> di Kasepuhan Ciptagelar	51
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer experience</i>	51
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Customer experience</i>	55
4.4	Gambaran <i>Revisit Intention</i> di Kasepuhan Ciptagelar.....	58
4.4.1	Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit intention</i>	58
4.4.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit intention</i>	59
4.5	Pengaruh Customer Experience terhadap <i>Revisit intention</i> di Kasepuhan Ciptagelar	62
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.5.2	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	64
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	66
4.5.4	Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	66
4.6	Pembahasan	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Keterbatasan Penelitian	72
5.3	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas <i>Customer Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i>	29
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Customer Experience</i> Dan <i>Revisit Intention</i>	31
Tabel 3.5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	32
Tabel 3.6 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Teman Berkunjung.....	48
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Event</i> yang Dikunjungi.....	49
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	50
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	50
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sensory Experience</i>	51
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Experience</i>	53
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Experience</i>	55
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap	56
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit intention</i>	58
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit intention</i> di Kasepuhan Ciptagelar	60
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Rumus <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	62
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Linearitas	63
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	65
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Wisatawan mengenai Kasepuhan Ciptagelar	6
Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian	19
Gambar 3.1 Garis Kontinum.....	34
Gambar 4. 1 Kondisi jalan menuju Kasepuhan Ciptagelar	39
Gambar 4.2 Kesenian Dogdog Lojor dan Angklung Buhun.....	39
Gambar 4.3 Siklus Tahunan <i>Event</i> Penanaman Padi di	40
Gambar 4.4 Prosesi <i>Ngaseuk</i> pada lahan huma	41
Gambar 4.5 Prosesi <i>mabay</i> atau memining padi	42
Gambar 4.6 Prosesi <i>nutu pare</i> atau menumbuk padi	42
Gambar 4.7 Prosesi <i>Serah Ponggokan</i>	43
Gambar 4.8 Prosesi <i>ngadiukeun</i> padi di Leuit Si Jimat	44
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>Customer Experience</i> di	57
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>Revisit intention</i> di.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner Responden	82
Lampiran 3 Uji Validitas <i>Customer experience</i>	83
Lampiran 4 Uji Validitas <i>Revisit intention</i>	86
Lampiran 5 Uji Reliabilitas <i>Customer experience</i>	86
Lampiran 6 Uji Reliabilitas <i>Revisit intention</i>	86
Lampiran 7 Hasil Jawaban Kuesioner Responden Penelitian.....	87
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran 9 Hasil Analisis Deskriptif	95
Lampiran 10 Surat Keputusan Dosen Pembimbing	98

DAFTAR PUSTAKA

- Adytia, C. A., & Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh *Customer experience* Terhadap *Revisit intention* Di The Trans Luxury Hotel Bandung (Survei pada Wisatawan Sebagai Individual First Timer Guest The Trans Luxury Hotel Bandung). *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 5(1), 857.
- A.J, M. (2012). Kepariwisata dan perjalanan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ali, M. (1985). Penelitian Kependidikan: Prosedur dan Strategi. Bandung: Angkasa.
- Aprilia, A. P., & Hadi, M. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada travel brow lumajang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 43-48.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik, Ed Revisi VI. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1986). Reliabilitas dan Validitas: Interpretasi dan Komputasi. Yogyakarta: Liberty.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Burns, P. M., & Holden, A. (1995). *Tourism: A new perspective*. Financial Times/Prentice Hall.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 164-182.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Damardjati, R. S. (1989). *Wisata Budaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Dewi, I. A. I., & Laksmidewi, D. (2015). Pengaruh *customer experiences* terhadap *revisit intention* dengan mediasi learning in museum dan visitor satisfaction di Museum Wayang. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 160-178.
- Djarwanto Ps., dan Pangestu Subagyo. (1994). *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta : BPF.

- Dukić-Dojčinović, V. ur. (2005) *Kulturni turizam-menadžment i razvojne strategije*. Beograd: Clio.
- Fandeli, C. (1992). Analisis mengenai dampak lingkungan. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Fandeli, C. (2002). Perencanaan kepariwisataan alam. Fakultas Kehutanan, Universitas Gajah Mada.
- Fikri, N. R., Meutia, M., & Bukhari, A. (2020). Pengaruh *Customer experience* Terhadap *Revisit intention* di Wisata Kuliner Bunderan Perumnas Cibeber Kota Cilegon. *Leuit (Journal of Local Food Security)*, 1(2), 61-69.
- Frow, P., & Payne, A. (2007). Towards the 'perfect' *customer experience*. *Journal of Brand Management*, 15(2), 89-101.
- Ghozali, I. (2009), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*,. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gusmã, A., Pramono, S. H., & Sunaryo, S. (2013). Sistem Informasi Geografis Pariwisata Berbasis Web Dan Pencarian Jalur Terpendek Dengan P Algoritma Dijkstra. *Jurnal EECCIS (Electrics, Electronics, Communications, Controls, Informatics, Systems)*, 7(2), 125-130.
- Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 52-62.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Huang, H., Mao, L. L., Wang, J., & Zhang, J. J. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism: the Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Irawan, H. (10). Prinsip kepuasan pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo, 54, 55.

- Khotimah, K., Wilopo, W., & Hakim, L. (2017). Strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (Studi kasus pada kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto).
- Kim, E., Beckman, S. L., & Agogino, A. (2018). Design roadmapping in an uncertain world: implementing a customer-experience-focused strategy. *California Management Review*, 61(1), 43-70.
- Kotler, P., & Keller, K. (2003). *Marketing Management*, (international version). Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Lin, C.H. 2012. Effects of Cuisine *Experience*, Psychological Well-Being, And Self Health Perception on the *Revisit intention* of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, p. 1-22.
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S., & Afandi, S. H. M. (2015). The role of destination attributes and memorable tourism experience in understanding tourist *revisit intentions*. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences (Tourism & Environment, Social and Management Sciences)*, 15, 32-39.
- Malau, E. H., & Purba, E. (2020). Pengaruh *Customer experience* Terhadap Minat Berkunjung Ulang di Pantai Paris Tigaras. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(2), 116-123.
- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding *customer experience*. *Harvard business review*, 85(2), 116.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Nazir, M. (1988), *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parlett, G., Fletcher, J., & Cooper, C. (1995). The impact of tourism on the Old Town of Edinburgh. *Tourism Management*, 16(5), 355-360.
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu pariwisata sebuah pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- 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*.

- Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, creativity and development* (Vol. 10). London: Routledge.
- Santosa, P. B., Ashari. (2005). Analisis statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS, 144-151.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6 Buku 1.
- Shaw, C., & Ivens, J. (2002). *Building great customer experiences*. New York: MacMillan.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (NF Atif. PT Refika Aditama).
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16(5), 361-365.
- Som, A. P. M., Marzuki, A., & Yousefi, M. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of marketing studies*, 4(4), 39.
- Sitinjak, Tumpal JR & Sugiarto. (2006). LISREL. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- 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.
- Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2010). *Penelitian dalam Pendidikan. Kurikulum, dan Pembelajaran* (Bandung: PPs UPI, 2004).
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Susanto, A. B., & Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba.

- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics Upper Saddle River.
- Umar, H. (2003). Metode riset perilaku konsumen jasa. Ghalia Indonesia, Jakarta, 91.
- Walter, U., Edvardsson, B., & Öström, Å. (2010). Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- 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*, 5(16), 6738-6746.
- Yoeti Oka, A. (2006). Pariwisata Budaya, Masalah dan Solusinya, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di taman wisata alam gunung tangkuban perahu. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 983-994.
- Yunis, E. (2006). Sustainable Tourism at Archaeological World Heritage Sites. *Of the Past, for the Future: Integrating Archaeology and Conservation*, 148-156.
- Yuningsih, E. (2018). Analisis Pengaruh *Customer experience* Terhadap Minat Berkunjung Kembali (*Revisit intention*) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 4(1), 13-22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.