

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2023). the Effect of Perceived Value and Destination Image on Revisit Intention Through Tourist Satisfaction As a Mediating Variable (Case Study on Nglanggeran Tourism Village). *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3), 341–353. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Amalia, H. A., Rizqiani, A., & Andayanie, E. (2023). Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Berkunjung Kembali Pada Pasien Di RSIA Permata Hati Makassar. *Window of Public Health Journal*, 4(6), 968–977. <https://doi.org/10.33096/woph.v4i6.1324>
- Anggraelin, P., Hadi, S. P., & Widiartanto. (2023). Analisis Pembentukan Citra Perusahaan terhadap Community Development (Studi Kasus pada Community Development PT Kimia Farma Tbk). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 111–121. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37151>
- Annisa, F. F., Alfansi, L., Wiardi, A. H., Daulay, M. I., & Widiarti, A. (2023). The Effect of Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty of Generation Z at Coffee Shops in Bengkulu City. *Frontiers in Business and Economics*, 2(3), 154–163. <https://doi.org/10.56225/finbe.v2i3.293>
- 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.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Basori, N. L., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Taman Lio Baheula Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 248–255. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6944567>
- Bayu Prakoso, D., Pujiastuti, E. E., & Sadeli. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185–201. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Cahya, D. D., & Tunjungsari, H. K. (2024). Pengaruh Komunikasi Media Sosial terhadap Niat Perilaku Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan dan dimoderasi Gender dalam Industri Hospitality. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1), 124–137.
- Citra, E. widya, Razak, A., & Amelia, R. (2021). Pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan kembali melalui kepuasan pasien di rawat inap

rsud salewangan maros tahun 2021. *Prosiding Seminar Nasional Ketiga Sinergitas Multidisplin Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 4, 379–396.

Cnosta, C., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction dengan Customer Trust sebagai Variabel Intervening. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, 4(2), 720–732. <https://doi.org/10.47467/edu.v4i2.1627>

Diana, J. F., & Sudirman, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Laboratorium Labbiogen Di Surabaya. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 641–647. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3693>

Gabriella Santoso, & Ruslim, T. S. (2024). Influencing Factors On BCA Mobile Customer Loyalty: Mediating Role Of Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.24912/je.v29i1.1902>

Gustia, D., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Dan Sensitivitas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Niat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 210–225. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1422>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (eighth edition). Cengage Learning.

Hamid, M. R. A., Sami, W., & Sidek, M. H. M. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion versus HTMT Criterion. Dalam *1st International Conference on Applied & Industrial Mathematics and Statistics*, 1-5. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). CV. Pustaka Ilmu.

Hasani, M. A. A. (2023). Perceived Value, Service Quality, And Heritage Tourism Effect to Revisit Intention of Guest. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen (JMPPK)*, 02(3), 651–659.

<https://www.aisi.or.id/>

Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric. (2020). Kualitas Layanan , Promosi , Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 03(04), 474–481.

- Imani, M. F., & Sholiha, R. A. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Kajen). *Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 22–44.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran & kepuasan pelanggan (1st ed.). unitomo press.
- Istiqomah, N. H., Juliati, R., & Sayogo, D. S. (2023). Does Brand Image and Attributes of Selecta Park Influence Revisit Intention through Satisfaction as a Mediating Variable ? The Case of Tourism Park's Visitors. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(01), 48–66. <https://doi.org/10.22219/mb.v13i01.25244>
- Juliana, J., Putri, F. F., & Wulandari, N. S. (2021). *Muslim tourist perceived value on revisit intention to Bandung city with customer satisfaction as intervening variables*. 13(1), 161–176. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0245>
- Julianis, A., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali Ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto the Influence of Perceived Value on Gen Z'S Interest in Returning To the Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. *VISIONIDA Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 165–173. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs>,
- Kataria, S., & Saini, V. (2020). The mediating impact of customer satisfaction in relation of brand equity and brand loyalty: An empirical synthesis and re-examination. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 62–87. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0046>
- Khong, R., & Tandiwan, J. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variasi Menu, dan Pemasaran Sosial Media terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Restoran Dimsum Mamatjoe Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 45–58. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3510>
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Sixteenth). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). *Marketing management: an Asian perspective*.
- Kyana, N. L. G. S. M., Suandari, N. P. K., Hermarani, P. A., Ekawati, N. W., & Giantari, I. (2024). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh pengalaman berwisata dan

citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali (Studi pada Desa Wisata Kertalangu). *Jurnal Kepariwisataaan*, 23(1), 1–11. <https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1125>

Laurina, T. Q., & Tirtadidjaja, A. (2024). Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit Intention di Restaurant Joongla, Bandung. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3), 1359–1364.

Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Oxford University Press.

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.

Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information and Management*, 57(3). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103197>

Lystiawan, Yunanto, R. D., Junianto, A., & Riyanto, K. B. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen: Perspektif Perceived Value Dan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 04(02), 843–855. <https://doi.org/doi.org/jebma.v4n2.4028>

Manoppo, S., & Santosa, S. B. (2023). Pengaruh Destination Image, Destination Service Quality, Percieved Value Terhadap Revisit Intention Dengan Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wisata Taman Nasional Bunaken). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Mauliza, P., Prabowo, A., & Aspan, H. (2023). Analisis Social Media Promotion, Perceived Value, Dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention Wisatawan Pada Sawah Lukis Binjai. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(1), 28–46. <https://doi.org/10.31869/me.v9i1.4788>

Ningsih, A., & Sari, R. N. (2024). Customer value Dan Customer Experience Terhadap Customer satisfaction. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2171–2178. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2610>

Olii, F., Taan, H., & Juanna, A. (2024). Pengaruh Destination Image dan Perceived Value Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan pada Desa Wisata Taman Religi Bubuhu Bongo. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 5164–5180. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2187>

Philip, K., & Keller. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Pearson Education.

Prasetyo, A. H., & Lukiastuti, F. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel

Intervening (Studi Kasus Pada AHASS Comal Abadi Motor). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 151–164. <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.225>

- Putra, T. W., & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 184–193.
- Putri, A. D. S., & Farida, N. (2023). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 781–793. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Putri, A. D., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Coffee Shop Pijar: Studi pada Coffee Shop Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 70–80. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36949>
- Putri, A. N., & Maulana, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 347–355. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.753>
- Rahman, A. S., Suyoto, & Desembrianita, E. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Hospital Image Terhadap Revisit intention Melalui Word of Mouth Pada Layanan Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Derah Ibnu Sina Kabupaten Gresik. *JIS: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 199–222.
- Ratu, D. A. Y., Editama, F., Samino, S., & Ekasari, F. (2024). Analisis Minat Kunjungan Ulang melalui Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening pada Pasien Rawat Jalan di RSUD Jend. Ahmad Yani Metro. *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 4(4), 1247–1266. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i4.13995>
- Rohmania, D. N. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan dan E-Wom Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5).
- Ronaldo Sae, M., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi, Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Shopeefood. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2369–2382. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2310>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*, 2<sup>nd</sup> ed. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Sa'adah, V. U., Mugiono, & Susilowati, C. (2023). The impact of corporate image and relationship marketing on customer loyalty in mediated customer satisfaction at SMEs.

*International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(7), 126–135.  
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i7.2878>

- Safitri, A., Zahror, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan customer experience terhadap kepuasan pelanggan sofyon frozen. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478.
- Sanjaya, C., & Mulyono, F. (2023). Pemodelan kepuasan konsumen dan niat berkunjung kembali terhadap Restoran Cocorico. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(1), 15–32.  
<https://doi.org/10.28932/jmm.v23i1.7017>
- Satriandhini, Marsita; Wulandari, Siti Zulaikha; Lusi Suwandari. (2019). The Effect of Perceived Value and Service Quality on Repurchase Intention Through Go-Food Consumer Satisfaction: A Study on The Millennial Generation. *International Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019: Enhancing Small Business and Rural Development Toward Industrial Revolution 4.0*, Vol. 5 No.1.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Ed). Pearson Education Limited.
- Sekaran, U. & Bougie, R. J. (2020). *Research Methods for Business A Skill Building Approach*, 8th edition. John Wiley & Sons.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.  
<https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I. W., & Dewi, L. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket Wisata Sepeda Di Desa Penglipuran. *Jurnal IPTA*, 8(1), 119–130. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p15>
- Sipayung, N. A., Situmorang, S. H., Fawzee, B. K., & Marhayanie. (2023). *Pengaruh social media , Servicescape Dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali ( Revisit Intention ) Pada Maulana Villa Dan Cafe Di Pangambaten Kabupaten Karo*. 5(1), 31–43.
- Situmorang, W. R., Rini, E. S., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). The Effect of Social Media, Servicescape and Customer Experience on Revisit Intention with The Visitor Satisfaction as an Intervening Variables in The Tree House on Tourism Habitat Pamah Semelir Langkat Regency. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 79.
- Sugiyono. (2020). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.

- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan indihome (Studi Kasus Pada PT.Telkom di Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.
- Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi Corporate dalam Membangun Citra Perusahaan. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*, 2(1), 27–42.
- Wardi, Y., Trinanda, O., & Abror, A. (2022). *Modelling halal restaurant's brand image and customer's revisit intention*. 2254–2267. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0034>
- Wusko, A. U., & Auliyah, K. (2024). Pengaruh Destination Image Dan Customer Experience Terhadap Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Taman Safari Indonesia Ii Jatim (Survei Pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Jatim). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 208–220. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214. <https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>