



DAFTAR PUSTAKA:

- Ali, F. dkk. (2015). Creative tourists' experience, memories, satisfaction and behavioural intentions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100.
- Basyl, D. S., dkk. (2016). New 10 MeV high-power electron linac for industrial application. *IPAC 2016 - Proceedings of the 7th International Particle Accelerator Conference*, 63(1999), 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>.
- Belobaba, P. (2009). *Fundamentals of Pricing and Revenue Management. The Global Airline Industry*. <https://doi.org/10.1002/9780470744734.ch4>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>.
- Decrop, M. K. and A. (2014). *Handbook of Tourist Behavior*. Routledge Handbook of Tourism Marketing.
- El-adly, M. I. (2018). Journal of Retailing and Consumer Services Modelling the relationship between hotel perceived value , customer satisfaction , and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (xxxx), 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>.
- Greenwell, T.C., Fink, J.S., Pastore, D.L., 2002. Assessing the influence of the physical sports facility on customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Manag. Rev.* 5 (2), 129–148.
- Johnston, R., & Clark, G. (2001). *Service operation management*. London: Prentice-Hall.
- Keegan, Warren J. Mark C. Green. 2008. *Global Marketing*. United States of. America : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.*Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, Umi. 2017. STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASA PENGINAPAN DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



MODEL CANVAS(Studi Pada Guesthouse Nuwono Tasya, Rajabasa, Bandar Lampung) : Universitas Lampung, Bandar Lampung.

©

Hu, Y., & Jang, S. C. (Shawn). (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338–348. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.008>.

Lovelock, C.H., dan Wright, L.K (2005), Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Indeks.

Saiki, Danyi 2008. Service Marketing. ABD Publisher. Saladin, Djaslim. 2006. Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat. Linda Karya : Bandung.

Minarti, S., & Segoro, W. (2014). The influence of customer satisfaction , switching cost and trusts in a brand on customer loyalty - the survey on student as im3 users in. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 1015–1019. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.546>.

Mudie, Pirrie. 2006. Service Marketing Management. Burlington: Elsevier.

Pierre Audoin Consultants (PAC). (2015). Holistic Customer Experience in the Digital Age, 1–56.

Pullman, M.E. and Gross, M.A. 2004. “Ability of Experience Design Elements to Elicit Emotions and Loyalty Behaviors.” *Decision Sciences*, no.3 vol. 35.

Ramseook-munhurrun, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. (2015). Examining the structural relationships of destination image , perceived value , tourist satisfaction and loyalty : case of Mauritius. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(230), 252–259. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1198>.

Scherpen, F., Draghici, A., & Niemann, J. (2018). Customer Experience Management to Leverage Customer Loyalty in the Automotive Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 238, 374–380. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2018.04.014>.

Slåtten, T., Krogh, C., & Connolley, S. (2011). Make it memorable: Customer experiences in winter amusement parks. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(1), 80–91. <https://doi.org/10.1108/17506181111111780>.

Tanford, S., Ph, D., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions : A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 61, 209–220. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.005>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tjiptono, Fandy dan Diana. 2001. Total Quality Management. Yogyakarta : Penerbit Andi.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Zeithaml, Valerie, A. Mary, and Jo, Bitner. 2000. Service Marketing, Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition, International Edition. New York: McGraw Hill Inc.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.