

DAFTAR PUSTAKA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Buku :

- Decrop, M. K. and A. (2014). *Handbook of Tourist Behavior*. Routledge Handbook of Tourizm Marketing.
- Dwi, Aryana dan Febrina Rosinta. 2016. Pengaruh Kualitas dan Perilaku Konsumen. Edisi Keenam, jilid 1. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo. Press.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Susilowati, Popon, dkk, (2023), Manajemen kepariwisataan, Bandung. Penerbit Jaya Pustaka
- Tjiptono, Fandy dan Diana. 2019. Total Quality Management. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Jurnal :

- Aditya, Yuniawati 2015. Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit. Intention di The Trans Luxury Hotel Bandung. The Journal: Tuorism.
- Ali, F. dkk. (2015). Creative tourists' experience, memories, satisfaction and behavioural intentions. Journal of Travel and Tourism Marketing, 33(1), 85–100.
- Alrubaiee, Laith. And Al-Nazer, Nahla. 2010, investigate the Impact of Relationship. Marketing Orientation on Customer Loyalty.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2018). Pengaruh Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Gemilang Abadi.





- 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>.
- Chandra, S. (2014). The Impact of Customer Experience toward Customer Satisfaction and Loyalty of Ciputra World Surabaya. *IBuss Management*, 2(2), 1–11.
- Desmi, R. N., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 16 pages.
- Foroudi, Pantea. (2016). “International Journal of Hospitality Management In Fl. Uence of Brand Signature , Brand Awareness , Brand Attitude , Brand.
- 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>.
- Hendra, T. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 129–141. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1694>
- Lawan, A. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap. Keputusan Memilih Program Studi (Studi pada Jurusan Akuntansi dan. Jurusan Administrasi Perkantoran)
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan, studi kasus pada pelanggan PT. AHM.
- Pestari, Umi. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapandengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas(Studi Pada Guesthouse Nuwono Tasya, Rajabasa, Bandar Lampung) : Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Tan, 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>.
- M, H., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Customer Value and Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty Pt Meratus Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 84–94. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.909>



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>.

Panjaitan, Andrey Olaf Yeriko. dkk 2016. Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap *Brand Experience*.

Popon et all. . (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 16 pages. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1751/1160>

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

Pemasaran, P., Kualitas, D. A. N., Terhadap, L., Hartono, K. B., & Salim, L. (2020). *Variabel Mediasi*. 23(September), 20–30.

Pranata, N. (2019). Fintech for Asian SMEs. (N. N. and N. Yoshino, Ed.). Japan: Asian

Prayoga dan Samosir. 2015, “Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap. Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C”.

Ridwan, Lewangka, O., & Mappatempo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pembelian Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Produk Elektronik di Shopee Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 181–188.

Rahmawati, N., M. Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>

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>.

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>

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>.



Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Fanford, 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>.

Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p06>

Internet:

<https://www.bps.go.id/id/publication/2019/11/20/fe955ae6a40e1a87f424569e/statistik-karakteristik-usaha-2019.html>

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