

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

Jurnal Administrasi Bisnis
Departemen Administrasi Bisnis
Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedharto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024)76480648

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAYA SAING DESTINASI DAN
PENGALAMAN SEBELUMNYA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

ABSTRAKSI

Dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk berlibur, industri pariwisata menawarkan banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu industri pariwisata merupakan industri yang potensial untuk menunjang perekonomian. Goa Kreo sebagai salah satu wisata alam yang ada di Semarang memiliki banyak potensi akan tetapi sempat terjadi kondisi di mana jumlah pengunjung fluktuatif. Goa Kreo menstimulasi kualitas pelayanan, daya saing destinasi, pengalaman sebelumnya dan kepuasan pengunjung untuk meningkatkan keputusan berkunjung kembali di Objek Wisata Goa Kreo.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. Populasinya adalah seluruh pengunjung Goa Kreo, sedangkan sampelnya adalah 100 pengunjung Goa Kreo dengan kriteria tertentu. penelitian dilakukan di Objek Wisata Goa Kreo. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dua tahap menggunakan *software SPSS 17.0 for Windows*, di mana sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda dan uji signifikansi (uji t dan uji F) terlebih dahulu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya berpengaruh secara parsial dan bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung, dimana ketika bersama-sama pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil analisis dua tahap kepuasan pengunjung merupakan variabel intervening terhadap keputusan berkunjung kembali dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan agar Goa Kreo meningkatkan kebersihan, keamanan dan keramahan pegawai sehingga tanggapan pengunjung mengenai kualitas pelayanan baik, selain itu perlu meningkatkan daya saing destinasi seperti perawatan fasilitas dan pengadaan fasilitas umum yang belum ada sehingga pengunjung puas dengan pengalaman berkunjungnya dan bersedia untuk berkunjung kembali di Goa Kreo.

Kata kunci: kualitas pelayanan, daya saing destinasi, pengalaman sebelumnya, kepuasan pengunjung dan keputusan berkunjung kembali.

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

SERVICE QUALITY, DESTINATION COMPETITIVENESS, AND PREVIOUS EXPERIENCE INFLUENCE TOWARD REVISIT DECISION THROUGH VISITOR'S SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE

ABSTRACT

Based on the need of vacation in the society nowadays, tourism industry offer many choices to fulfill it's need. Beside, the tourism industry is a potential industry to support economy. Goa Kreo as one of the natural tourism object in Semarang has many potentials but, there was a current condition where the number of visitor's fluctuating. Goa Kreo is stimulating service quality, destination competitiveness, previous experience and tourist satisfaction to increase revisit intention in Goa Kreo.

The aim of this study is to measure the influence of service quality, destination competitiveness, and previous experience toward revisit decision trough tourist satisfaction. The population of this resarch is visitors of Goa Kreo, while the sample is 100 visitor of Goa Kreo with some certain prerequisites. The data was analyzed using two-step analysis with SPSS 17.0 for windows where the validity test, reliability test, doefficient of correlation, coefficient of determination, test of significance (t-test and f-test) in advance has been done before.

The result of this study is showing that service quality, destination competitiveness and previous experience has positive impact toward visitor satisfaction, where the biggest impact is own by previous experience. Based on the result of two-step analysis, tourist satisfaction is an intervening variable toward revisit decision in this study.

Some recomendations are added based on those result. It's recommended that hygiene, security, and hospitality in Goa Kreo must be incerased. Moreover, it's necessary to increase destination competitiveness like facility's maintenance and added up some general facility so that visitor will be satisfied with their experiences and willing to come back to Goa Kreo.

Keywords: service quality, destination competitiveness, previous experience, tourist satisfaction and revisit decision

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata didefinisikan sebagai industri yang dihubungkan dengan waktu luang dan perjalanan dan dipercaya sebagai satu dari banyak sektor yang berkembang di dunia dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi suatu negara dan juga memberikan keuntungan ekonomi kepada daerah (Chee-Hua, May-Chiun, Songan, Nair, 2014).

Sebagai salah satu wisata alam Goa Kreo memiliki peranan sebagai konservasi secara umum dan memberikan kontribusi pada sektor ekonomi dan pembangunan daerah dengan membuka peluang kerja baru dan berperan aktif pada

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

pengembangan daerah sekitar. *Output* dari destinasi wisata Goa Kreo adalah jumlah pengunjung, Sehingga apabila keunggulan destinasi wisata semakin meningkat, output pengunjung juga akan meningkat sesuai dengan target atau bahkan melebihi target yang diharapkan.

Tingkat wisatawan yang berkunjung merupakan salah satu indikator, apakah sebuah destinasi wisata dinilai berhasil atau tidak, apakah sebuah destinasi wisata memiliki keunggulan yang dapat bersaing, pelayanan yang prima, fasilitas yang memadai dan sebagainya. Maka dari itu penting untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata.

Kepuasan pengunjung diduga menjadi salah satu faktor yang cukup mempengaruhi keputusan berkunjung atau berkunjung kembali ke sebuah tempat wisata. beberapa hal berikut ini diduga mempengaruhi kepuasan pengunjung, diantaranya adalah kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya. Perlu dilakukan strategi yang tepat guna mencapai tujuan untuk meningkatkan pengunjung di Goa Kreo terkait dengan hal-hal yang telah disebutkan di atas.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi dan Pengalaman Sebelumnya terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening.”**

Kerangka teori dan hipotesis

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005 : 121) Kualitas layanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Untuk mengukur baik buruknya kualitas pelayanan digunakan indikator berupa *accessibility & logistic, core tourism experience*, kebersihan, informasi, keamanan, dan *hospitality*.

b. Daya Saing Destinasi

Menurut D’Hautesserre (2000), daya saing destinasi merupakan kemampuan destinasi untuk menarik pengunjung untuk mengunjungi atau mengunjungi kembali atau bisa juga disebut mempertahankan *market position* dan perubahan destinasi sesuai zaman. Untuk mengukur baik atau buruknya daya saing destinasi digunakan indikator sumber daya manusia, budaya, dan alam, *legal framework, business environment & infrastructure*

c. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (Oliver dalam Supranto, 2006: 233). Untuk mengukur kepuasan pengunjung digunakan indikator sebagai

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

berikut, kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction), dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, dan kesediaan untuk merekomendasi.

d. Keputusan berkunjung kembali

Pembelian ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. (Peter dan Olson, 2000). Untuk mengukur keputusan berkunjung kembali pengunjung Goa Kreo digunakan keinginan kuat untuk membawa keluarga ke destinasi wisata, memiliki keinginan sendiri untuk kembali mengunjungi destinasi wisata dan menjadikan destinasi wisata sebagai pilihan utama.

e. Pengalaman Sebelumnya

Experiential Marketing merupakan pendekatan pemasaran yang melibatkan emosi dan perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman-pengalaman positif yang tidak terlupakan sehingga konsumen mengkonsumsi dan fanatik terhadap produk tertentu. (Schmitt, 1990:60) untuk mengukur kepuasan pada pengalaman sebelumnya digunakan indikator sebagai berikut *sense, feel*, dan *think*.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan. Berdasarkan perumusan masalah yang dibuat hipotesis sebagai berikut:

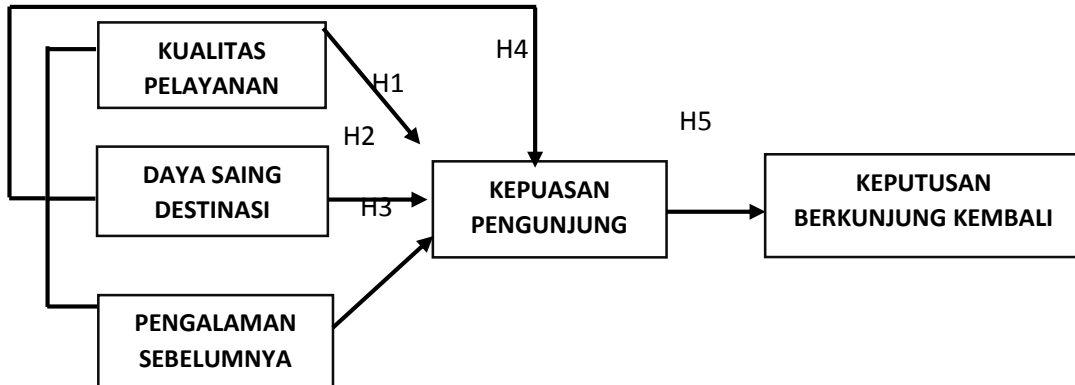
- a. H1 diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (X4)
- b. H2 diduga ada pengaruh antara daya saing destinasi (X2) terhadap kepuasan pengunjung (X4)
- c. H3 diduga ada pengaruh antara pengalaman sebelumnya (X3) terhadap kepuasan pengunjung (X4)
- d. H4 Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1), daya saing destinasi (X2), dan pengalaman sebelumnya (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Z).
- e. H5 diduga ada pengaruh antara kepuasan berkunjung (X4) terhadap keputusan berkunjung kembali (Y)

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

Gambar 1.1 Kerangka Hipotesis Penelitian



Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe-tipe penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang mengunjungi Goa Kreo dan belum diketahui jumlahnya. Sampel pada penelitian ini merupakan 100 orang dari Pengunjung Goa Kreo dengan kriteria yang telah ditentukan.

Metode analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji signifikansi (uji t dan uji f) dan analisa dua tahap dengan menggunakan software *spss ver 17.00*.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka diperoleh nilai t sebesar 1,9845 di mana t hitung (8,560) > t tabel (1,9845) sehingga hipotesis 1 “terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung” diterima. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,428 atau 42,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayan sebanyak 42,8% sedangkan sisanya (100% - 42,8% = 57,2%) dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan.

Berdasarkan penelitian kali ini, daya saing destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka diperoleh nilai t sebesar 1,9845 di mana t hitung (8,790) > t tabel (1,9845) sehingga hipotesis 2 “terdapat pengaruh antara daya saing destinasi terhadap kepuasan pengunjung” diterima. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,441 atau 44,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

oleh variabel kualitas pelayan sebanyak 44,1% sedangkan sisanya (100% - 44,1% = 55,9%) dijelaskan oleh faktor selain daya saing destinasi.

Berdasarkan penelitian terhadap pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap kepuasan pengunjung dan melalui penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka diperoleh nilai t sebesar 1,9845 di mana t hitung (9,329) > t tabel (1,9845) sehingga hipotesis 3 “terdapat pengaruh antara pengalaman sebelumnya terhadap kepuasan pengunjung” diterima. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,470 atau 47,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel pengalaman sebelumnya sebanyak 47,0% sedangkan sisanya (100% - 47,0% = 53%) dijelaskan oleh faktor selain pengalaman sebelumnya.

Hipotesis ke empat mengatakan bahwa kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan penelitian kali ini, kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka diperoleh F tabel sebesar 2,47 di mana F hitung (48,896) > F tabel (2,47) sehingga hipotesis 4 “terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya terhadap kepuasan pengunjung” diterima. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,592 atau 59,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayan sebanyak 59,2%, sedangkan sisanya (100% - 59,2% = 40,8%) dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya. Sehingga hipotesis ke 4 yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung” diterima.

Hipotesis ke lima menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali. Berdasarkan penelitian pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali dan berdasarkan penelitian yang dilakukan kepuasan pengunjung memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar 1,9845 di mana t hitung (9,837) > t tabel (1,9845) sehingga hipotesis 5 “terdapat pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali” diterima. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,497 atau 49,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayan sebanyak 49,7%. Sedangkan sisanya (100% - 49,7% = 50,3%) dijelaskan oleh faktor selain kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uji regresi dua tahap yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa variabel kepuasan pengunjung adalah variabel intervening untuk variabel

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya terhadap keputusan berkunjung kembali.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, kualitas pelayanan yang ada di Goa Kreo baik karena sebesar 52% dari responden menyatakan bahwa, kualitas pelayanan di Goa Kreo baik. hal ini dibuktikan dengan positifnya penilaian responden terhadap kemudahan akses jalan dan kelayakan akses jalan yang memudahkan pengunjung untuk menempuh perjalanan menuju Goa Kreo, serta keindahan alam yang masih terjaga di Goa Kreo. Akan tetapi masih ada beberapa aspek yang tidak mencapai nilai rata-rata yaitu indikator kebersihan, keamanan, keramahan dan kelengkapan informasi.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, Daya Saing Destinasi yang ada di Goa Kreo baik karena sebesar 49% dari responden menyatakan bahwa kondisi alam, keunikan, keragaman yang menarik, aturan dan tata tertib, kelengkapan fasilitas dan harga tiket masuk di Goa Kreo yang cukup terjangkau menghasilkan tanggapan positif dari responden akan tetapi masih ada beberapa indikator yang dinilai belum memenuhi nilai rata-rata indikator yaitu indikator kondisi satwa yang kurang terawat, kelayakan fasilitas yang ada, jarak dengan fasilitas umum yang masih jauh, harga akses (transport) yang relatif mahal dan harga makanan dan minuman yang kurang terjangkau di Goa kreoo.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, pengalaman sebelumnya yang ada di Goa Kreo puas karena sebesar 46% dari responden menyatakan bahwa mereka tertarik kepada acara-acara yang diselenggarakan di Goa Kreo. Sedangkan masih ada beberapa indikator yang belum memenuhi nilai rata-rata indikator yaitu ketertarikan kepada objek wisata Goa Kreo, kenyamanan ketika berkunjung ke Goa Kreo, dan perencanaan sebelum mengunjungi Goa Kreo.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, kepuasan pengunjung yang ada di Goa Kreo memuaskan karena sebesar 41% dari responden menyatakan bahwa mereka puas dengan kunjungan yang sebelumnya pernah dilakukan. Hal ini berarti 41% dari responden merasa puas, hal ini terlihat melalui respon positif terhadap indikator kepuasan yaitu ketersediaan untuk merekomendasikan Goa Kreo kepada orang lain, kepuasan secara menyeluruh, kepuasan terhadap keragaman wisata Goa Kreo, dan kesesuaian antara harapan dan kenyataan ketika berkunjung ke lokasi. Akan tetapi terdapat indikator yang tidak memenuhi rata-rata nilai indikator yaitu ketidakpuasan pengunjung.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, keputusan berkunjung kembali yang ada di Goa Kreo baik karena sebesar 63%. Hal ini berarti 63 responden menyatakan bahwa mereka setuju untuk berkunjung kembali ke Goa Kreo dan mengajak serta kerabat atau orang-orang terdekat untuk berkunjung ke Goa Kreo. Akan tetapi terdapat indikator yang tidak memenuhi nilai rata-rata indikator yaitu indikator menjadikan Goa Kreo sebagai prioritas utama mereka.

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Hal ini berarti semakin meningkatnya kualitas pelayanan akan meningkatkan pula kepuasan berkunjung dari wisatawan.

Variabel daya saing destinasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Hal ini berarti semakin meningkatnya daya saing destinasi akan meningkatkan pula kepuasan berkunjung dari wisatawan.

Variabel pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Hal ini berarti semakin meningkatnya pengalaman sebelumnya akan meningkatkan pula kepuasan berkunjung dari wisatawan.

Variabel kualitas pelayanan, daya saing destinasi, dan pengalaman sebelumnya bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung, dimana pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dengan kualitas pelayanan dan daya saing destinasi.

1. Variabel kepuasan pengunjung memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini berarti semakin meningkatnya kepuasan berkunjung akan meningkatkan pula keputusan berkunjung kembali dari wisatawan.
2. Variabel kualitas pelayanan, daya saing destinasi, pengalaman sebelumnya dan kepuasan pengunjung bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali, dimana kepuasan pengunjung memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dengan kualitas pelayanan, daya saing destinasi dan pengalaman sebelumnya.
3. Tingginya pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap kepuasan pengunjung, dan tingginya pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali, maka dapat disimpulkan bahwa apabila pada pengalaman sebelumnya wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkesan dan positif maka dapat menunjang kepuasan pengunjung, dan kepuasan pengunjung yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan berkunjung kembali.

SARAN

Penulis menyarankan agar pihak pengelola Goa Kreo dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan (1) meningkatkan intensitas dan menambah titik-titik untuk dibersihkan, (2) menambah keamanan untuk membantu pengunjung di dalam Goa Kreo (3) menegaskan bahwa pengunjung itu penting bagi destinasi wisata untuk meningkatkan keramahan

Kemudian meningkatkan daya saing destinasi dengan (1) melakukan perawatan rutin fasilitas yang disediakan (2) mengusulkan agar dibuat fasilitas umum seperti ATM (3) mengusulkan jalur BRT baru untuk Goa Kreo.

Sedangkan untuk pengalaman sebelumnya, (1) meningkatkan promosi acara-acara rutin tahunan. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dapat dilakukan dengan berinovasi wahana baru untuk Goa Kreo dengan memanfaatkan potensi

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

waduk yang dimiliki oleh Goa Kreo, misalnya dengan menambah wahana baru banana boat, wisata perahu, lomba memancing dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Che-Hua, Chin, May-Chiun, Lo, Peter Songan, Vikneswaran Nair. 2014. *Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak*. Jurnal Elsevier.

Deasy Wulandari, Ari Subagio. 2015. *Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception*. Jurnal Elsevier.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for academic publishing service.

I Gusti Ayu Eka Suwintari. 2012. *Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan "Tourist Information Counters" Di Jalan Padma Utara Legian, Kuta*. Tesis. Universitas Udayana.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Perhallindo
Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasarn*. 2001 Bandung:PT REMAJA ROSDAKARYA.

Peter, J Paul, dan Jerry C. Olson, 2000. *Consumer Behaviour perilaku konsumen dan strategi pemasaran dan strategi pemasaran edisi keempat*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Schmitt.1999. *Experiential Marketing: How to Get Your Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Branda*. New York:Free Pass.

Sedarmayanti. 2014. *Kebudayaan & Industri Pariwisata*, Bandung: PT. Refika Aditama

Siti Daleela Mohd Wahid, Nor Khasimah Aliman, Shareena Mohamed Hashim, Syahmi Harudin. 2015. *First-time and Repeat Visitors to Langkawi Island, Malaysia*. Jurnal Elsevier.

Sushila Devi Rajaratnam, Uma Thevi Munikrishnan, Seed Pahlevan Sharif & Vikneswaran Nair. 2014. *Service Quality and Previous Experience as Moderator in Determining Tourist' Satisfaction with Rural Tourism Destination in Malaysia: A Partial Least Square Approach*. Jurnal Elsevier.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 1998. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

¹Alvira Zulva Pallefi

²Dr. Widiartanto, M.AB

alvirazulvapallefi@gmail.com

Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Ebru Tümer Kabaday, Alev Koçak Alan. 2012. *Revisit Intention of Consumer Electronics Retailers: Effects of Customers' Emotion, Technology Orientation and WOM Influence*. Jurnal Elsevier

Faruk Alaeddinoglu & Ali Selcuk Can. 2011. *Identification and classification of nature-based tourism resources: western Lake Van basin, Turkey*. Jurnal Elsevier

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta:ANDI

Cristea, Stefan Dragos. *Travel & Tourism Competitiveness: a study of world's top economic competitive countries*. Jurnal Elsevier

-