

**PENGARUH *EXPERIENTIAL QUALITY* TERHADAP *TOURIST ADVOCACY*
BEHAVIOR DI SELASAR SUNARYO ART SPACE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata-1
Program Studi- Studi Destinasi Pariwisata
Politeknik Pariwisata NHI Bandung**



Disusun Oleh:

**Arinka Puti Dheandra
201822462**

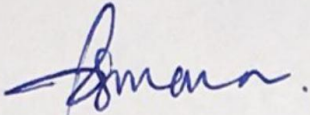
**Program Studi (S1) – Studi Destinasi Pariwisata
Jurusan Kepariwisataan**

**Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2022**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *EXPERIENTIAL QUALITY* TERHADAP *TOURIST*
***ADVOCACY BEHAVIOR* DI SELASAR SUNARYO ART SPACE**

Nama : Arinka Puti Dheandra
NIM : 201822462
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata

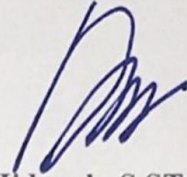
Pembimbing Utama,



Odang Permana, SE., M.E.

NIP 3813088001

Pembimbing Pendamping,



Nurdin Hidayah, S.ST.Par., M.M

NIP 198101022009121004

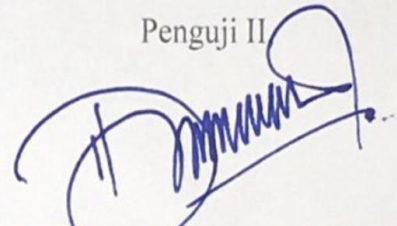
Penguji I,



Dr. Herlan Suherlan, MM.

NIP 196801271998031001

Penguji II



Dr. Riadi Darwis, M.Pd

NIP 196601241992031001

Bandung, 9 September 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja
Sama

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.

NIP 197307231995032001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP 197105061998031001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Arinka Puti Dheandra
Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 25 Maret 2000
NIM : Studi Destinasi Pariwisata (SDP)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **“PENGARUH EXPERIENTIAL QUALITY TERHADAP TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR DI SELASA SUNARYO ART SPACE”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 9 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Arinka Puti Dheandra

201822462

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lokus yang terletak di Selasar Sunaryo Art Space, Ciburial, Cimencyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Strata-1, Program Studi - Studi Destinasi Pariwisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dengan judul penelitian “PENGARUH *EXPERIENTIAL QUALITY* TERHADAP *TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR* DI SELASAR SUNARYO ART SPACE”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis didukung dan dibantu oleh beberapa pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S. Sos., M. Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., MM. Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisata dan Ketua Program Studi – Studi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Odang Permana, SE., M.E. selaku dosen pembimbing I
4. Bapak Nurdin Hidayah, S.ST.Par., M.M. selaku dosen pembimbing II
5. Kepada pihak manajemen Selasar Sunaryo Art Space yang telah menerima dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
6. Orang tua dan keluarga, yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kepada teman-teman terbaik yaitu Firda Restu Murtisari, Dzilfi Aulia, Yusria Putri Muslimin, Adzkie Dianda Fithri, Raisya Shiva Rizal, Fithriyah Fadhillah dan kepada teman masa kecil yaitu Nadiyah Syakirah, Rida Nurtias, Dina Kamila, dan Annasjla Byandra Haer yang selalu menemani dan mendukung penulis
8. Teman & Sahabat SDP 2018 yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama melakukan penelitian ini.

Dalam penulisan skripsi ini, keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki menyebabkan kekurangan dalam penulisan ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan mohon maaf apabila dalam skripsi

ini masih terdapat kekurangan ataupun salah dalam penyampaian kata. Maka dari itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat baik untuk semua pihak yang membaca.

Bandung, 9 September 2022

Arinka Puti Dheandra

ABSTRAK

Selasar Sunaryo Art Space merupakan daya tarik wisata edukasi yang bertujuan untuk mengembangkan seni rupa di Indonesia lewat pameran dan kegiatan mereka di galeri seni. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *experiential quality*, *tourist advocacy*, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *experiential quality* di Selasar Sunaryo Art Space. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel *nonprobability* sebanyak 267 responden dengan teknik *sampling* aksidental (*convenience*). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential quality* di SSAS sudah baik, dan responden dalam penelitian ini memiliki perilaku advokasi yang tinggi untuk SSAS. Berdasarkan uji pengaruh, diketahui bahwa secara keseluruhan dan parsial *experiential quality* yang terdiri dari sub-variabel *interaction quality*, *physical environment quality*, *outcome quality*, dan *access quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *tourist advocacy behavior*. Sub-variabel *interaction quality*, *physical environment quality*, dan *access quality* masuk ke dalam kategori Sangat Baik dan variabel *outcome quality* masuk ke dalam kategori Baik. Maka dari itu, SSAS harus selalu meningkatkan dan mempertahankan *experiential quality* yang mana hal tersebut dapat menjadi strategi pemasaran untuk meningkatkan *tourist advocacy behavior*.

Kata kunci: *interaction quality*, *experiential quality*, *tourist advocacy behavior*

ABSTRACT

Selasar Sunaryo Art Space is an educational tourist attraction that aims to develop fine arts in Indonesia through its exhibitions and activities in art galleries. This study aims to find out how experiential quality in SSAS, tourist advocacy behavior in SSAS, and how the experiential quality influences tourist advocacy behavior in SSAS. This study uses quantitative methods with a non-probability sample with 267 respondents with accidental (convenience) sampling techniques. The technique used in this research is descriptive analysis and multivariate regression analysis. The result of this study indicates that experiential quality in SSAS is excellent, and respondents in this study have high advocacy behavior for SSAS. Based on influence test, it is known that experiential quality consists of interaction quality, physical environment quality, outcome quality, and access quality simultaneously influence tourist advocacy behavior. Interaction quality, physical environment quality, and access quality are in the Very Good category and outcome quality is in a Good category. Therefore, SSAS must continuously improve and maintain the quality of the experience, which can be a marketing strategy to enhance tourist advocacy behavior.

Key words: interaction quality, experiential quality, tourist advocacy behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Keterbatasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian.....	35
B. Obyek Penelitian	36
C. Metode Pengumpulan Data	38
D. Definisi Operasional Variabel.....	41
E. Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Data Temuan	54
B. Hasil Analisis Data.....	85
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	97
A. Simpulan	97
B. Implikasi.....	98
C. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	109

BIODATA 158

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 HASIL PRA-SURVEY PENELITIAN SSAS.....	6
GAMBAR 2 PIRAMIDA PERILAKU ADVOCACY PELANGGAN.....	27
GAMBAR 3 KERANGKA PEMIKIRAN	34
GAMBAR 4 KOPI SELASAR.....	56
GAMBAR 5 RUANG SAYAP SSAS	57
GAMBAR 6 STRUKTUR ORGANISASI SSAS	59
GAMBAR 7 HASIL UJI AUTOKORELASI.....	84
GAMBAR 8 CINDERAMATA SELASAR	93
GAMBAR 9 INFORMASI TIKET SSAS	95

DAFTAR TABEL

TABEL 1 HASIL PENELITIAN TERDAHULU	27
TABEL 2 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	41
TABEL 3 PEMBAGIAN RUANG DAN FASILITAS SSAS	57
TABEL 4 DATA KEGIATAN SSAS 2021	60
TABEL 5 DATA ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF EXPERIENTIAL QUALITY	61
TABEL 6 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF EXPERIENTIAL QUALITY	63
TABEL 7 REKAPITULASI OLAHAN SKOR INTERACTION QUALITY	64
TABEL 8 REKAPITULASI OLAHAN SKOR PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY	66
TABEL 9 REKAPITULASI OLAHAN SKOR OUTCOME QUALITY ..	68
TABEL 10 REKAPITULASI OLAHAN SKOR ACCESS QUALITY	70
TABEL 11 REKAPITULASI HASIL PERHITUNGAN SKOR EXPERIENTIAL QUALITY.....	72
TABEL 12 DATA ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR.....	74
TABEL 13 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR.....	75
TABEL 14 REKAPITULASI OLAHAN SKOR TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR.....	76
TABEL 15 UJI NORMALITAS MODEL REGRESI.....	77
TABEL 16 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS.....	78
TABEL 17 HASIL UJI REGRESI LINEAR.....	79
TABEL 18 HASIL UJI F KESELURUHAN.....	81
TABEL 19 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI.....	82
TABEL 20 HASIL UJI AUTOKORELASI.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PRA PENELITIAN.....	109
LAMPIRAN 2 INSTRUMENT PENELITIAN.....	111
LAMPIRAN 3 PEDOMAN WAWANCARA PRA SURVEY	115
LAMPIRAN 4 REKAM HASIL WAWANCARA PRA SURVEY	116
LAMPIRAN 5 PEDOMAN WAWANCARA	120
LAMPIRAN 6 REKAM HASIL WAWANCARA.....	121
LAMPIRAN 7 DISTRIBUSI FREKUENSI EXPERIENTIAL QUALITY	123
LAMPIRAN 8 DISTRIBUSI FREKUENSI TOURIST ADVOCACY BEHAVIOR.....	131
LAMPIRAN 9 DATA ORDINAL KUESIONER	133
LAMPIRAN 10 DATA INTERVAL KUESIONER	143
LAMPIRAN 11 HASIL UJI VALIDITAS.....	145
LAMPIRAN 12 HASIL UJI RELIABILITAS	150
LAMPIRAN 13 HASIL SCAN PLAGIARISM DETECTION	151
LAMPIRAN 14 SURAT IZIN PENELITIAN.....	152
LAMPIRAN 15 DOKUMENTASI	153
LAMPIRAN 16 JADWAL PENELITIAN.....	155
LAMPIRAN 17 REKAP HASIL BIMBINGAN	156

DAFTAR PUSTAKA

- (Shawn) Jang, S. C., & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580–590. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.024>
- Ahyar, H. dkk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu. (Issue March).
- Arum, D. N. J., & Anie. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss*.
- Asra, Abuzar Bodro Irawan, Tuguh Purwoto, A. (2015). *Metode Penelitian Survei* (A. Asra (ed.)). IN MEDIA.
- Bhat, M. A. (2012). Tourism Service Quality: A Dimension-specific Assessment of SERVQUAL*. *Global Business Review*, 13(2), 327–337. <https://doi.org/10.1177/097215091201300210>
- Budhi, I. gede kt. T. P., & Sumiari, N. K. (2017). Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *Sisfotenika*, 7(1), 25–37. <https://doi.org/10.30700/jst.v7i1.131>
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, C. F., & Kao, Y. L. (2010). Relationships between process quality, outcome quality, satisfaction, and behavioural intentions for online travel agencies - evidence from Taiwan. *Service Industries Journal*, 30(12), 2081–2092. <https://doi.org/10.1080/02642060903191108>

- Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Huang, T. H. (2011). Tourist behavioural intentions in relation to service quality and customer satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 416–432. <https://doi.org/10.1002/jtr.810>
- Corlett, W. J., & Aigner, D. J. (1972). Basic Econometrics. In *The Economic Journal* (Vol. 82, Issue 326). <https://doi.org/10.2307/2230043>
- Cornelisse, M. (2018). Understanding memorable tourism experiences: A case study. *Research in Hospitality Management*, 8(2), 93–99. <https://doi.org/10.1080/22243534.2018.1553370>
- D.L, A. (2017). The Importance of Advocacy on Reputation and Loyalty: Comparison of Japanese, Chinese and Filipino Consumer. *Management Strategies*.
- de Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitors' experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center. *Tourism Management*, 29(3), 525–537. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.004>
- Ehrenberg, R. G., Smith, R. S., & Hallock, K. F. (2021). Modern labor economics: Theory and public policy. In *Modern Labor Economics: Theory and Public Policy*. <https://doi.org/10.4324/9780429327209>
- G.D, G. (2012). *Testing Statistical Assumptions*. North Carolina State: Statistical Associates Publishing.
- Gazalie, J. (2016). Pengaruh Elemen Brand Association Terhadap Brand Advocacy Dimediasi Oleh Self-Brand Connection Pada City Branding Kota Batu “Shining Batu.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 7th Ed* (7th ed.). UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. In *John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey*.
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Tourism-Principles-Practices-Philosophies.pdf>
- H. Lovelock, C., & K. Wright, L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83.
<https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. (2016). (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44–52.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Jridi, K., Klouj, R., & Bakini, F. E. (2014). Experiential Perceived Quality of a Tourist Destination: Effects on Satisfaction and Loyalty of the Tourist: Case: Saharan Tourism in Tunisia. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2482544>
- Kao, Y. F., Huang, L. S., & Wu, C. H. (2008). Effects of theatrical elements on experiential quality and loyalty intentions for theme parks. *Asia Pacific*

Journal of Tourism Research, 13(2), 163–174.

<https://doi.org/10.1080/10941660802048480>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (M. Adi & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lawer, C., & Knox, S. (2006). Customer advocacy and brand development.

Journal of Product and Brand Management, 15(2), 121–129.

<https://doi.org/10.1108/10610420610658956>

Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(6), 846–869.

<https://doi.org/10.1007/s11747-010-0219-0>

Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Maesari, N., Suganda, D., & Rakhman, C. U. (2020). Pengembangan Wisata

Edukasi Berkelanjutan di Museum Geologi Bandung. *Jurnal*

Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan, 3(1), 8–17.

<https://doi.org/10.34013/jk.v3i1.29>

Moisa, C. O. (2015). "The Importance And The Role Of Tourism In The Economic And Social Life Of Alba County ". *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 1(17), 126–140.

<https://doi.org/10.29302/oeconomica.2015.17.1.10>

Morse, J. M. (2000). Determining Sample Size. *Qualitative Health Research*,

10(1), 3–5. <https://doi.org/10.1177/104973200129118183>

Nowacki, M. (2013). *The Determinants of Satisfaction of Tourist Attraction'*

Visitors. ACTIVE.

Pareigis, J., Edvardsson, B., & Enquist, B. (2011). Exploring the role of the

service environment in forming customer's service experience. *International*

Journal of Quality and Service Sciences, 3(1), 110–124.

<https://doi.org/10.1108/17566691111115117>

Ritchie, J. R. B. (2003). *Managing Educational Tourism*. Great Britain: The

Cromwell Press.

Selasarsunaryo.com. (n.d.). *Visi dan Misi SSAS*.

<https://www.selasarsunaryo.com/misi-dan-sejarah>

Shonk, D. J., & Chelladural, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22(5), 587–602.

<https://doi.org/10.1123/jsm.22.5.587>

Shukla, P., Banerjee, M., & Singh, J. (2016). Customer commitment to luxury

brands: Antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 69(1),

323–331. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.004>

Stanfon, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. CV Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, R&D (Cetakan Ke 26). Bandung: CV Alfabeta, 1–334.

- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); kedua). CV Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*.
- Suherlan, H. (2017). *Faktor-faktor penentu perilaku advokasi pengunjung di pantai pangandaran provinsi jawa barat*.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Susanta, S. (2013). The Effect of Relationship Quality on Customer Advocacy: The Mediating Role of Loyalty. *IOSR Journal of Business and Management*, 10(4), 41–52. <https://doi.org/10.9790/487x-1044152>
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sweeney, J., Payne, A., Frow, P., & Liu, D. (2020). Customer Advocacy: A Distinctive Form of Word of Mouth. *Journal of Service Research*, 23(2), 139–155. <https://doi.org/10.1177/1094670519900541>
- Thabit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 100–109. <https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Andi.
- Urban, G. (2004). The Emerging Era of Customer Advocacy. *MIT Sloan Management Review*, 77–82.
- Walz, A. M., & Celuch, K. G. (2010). The effect of retailer communication on customer advocacy : the moderating role of trust. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 23, 95–110.

https://faculty.unlv.edu/gnaylor/JCSDCB/Volume23/Walz_Celuch.pdf

- Wu, H. C., & Chang, Y. Y. (2019). What Drives Advocacy Intentions? A Case Study of Mainland Chinese Tourists to Taiwan. *Journal of China Tourism Research, 15*(2), 213–239. <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1556140>
- Wu, H. C., Cheng, C. C., & Ai, C. H. (2018). A study of experiential quality, experiential value, trust, corporate reputation, experiential satisfaction and behavioral intentions for cruise tourists: The case of Hong Kong. *Tourism Management, 66*, 200–220. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.011>
- Wu, H. C., Li, M. Y., & Li, T. (2018). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. In *Journal of Hospitality and Tourism Research* (Vol. 42, Issue 1). <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>