

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* ERA PANDEMI COVID-19 DI
KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT LAMPUNG**

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION TO KAMPOENG WISATA
TABEK INDAH RESORT LAMPUNG DURING THE COVID-19 PANDEMIC
ERA.***

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Magister
Manajemen Pariwisata pada Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung



Oleh:

Tanzia Nabila Riyuza

NIM : 201823152

**KONSENTRASI ADMINISTRASI PARIWISATA
PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TESIS

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* ERA PANDEMI COVID-19 DI
KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT LAMPUNG

NAMA : TANZIA NABILA RIYUZA

NIM : 201823152

PROGRAM STUDI : PASCASARJANA

Pembimbing I,



Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc
NIP. 19600105 199203 1 001

Pembimbing II,



Dr. Cecep Ucu Rakhman, MM
NIP : 19761229 200802 1 001

Bandung, 18 Mei 2020

Mengetahui,

Sekretaris Program Pascasarjana,



Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc.
NIP. 19600105 199203 1 001

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Sesuai dengan hasil ujian sidang Tesis pada tanggal 21 April 2021 dan sesuai dengan saran-saran dan masukan yang telah disampaikan oleh para penguji, dengan ini diberitahukan bahwa revisi Tesis :

Nama : Tanzia Nabila Riyuza
NIM : 201823152
Konsentrasi : Administrasi Pariwisata
Judul : Pengaruh *Destination Image* dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Era Pandemi Covid-19 di Kampong Wisata Tabek Indah Resort Lampung

Telah disetujui oleh:

Penguji II



Dr. Ananta Budhi Danurdara, B.A., M.Sc., CPM (Asia)
NIP : 19750611 200212 1 001

Penguji I



Dr. Sukmadi, SE., MM
NIP : 19700810 200605 1 001

Pembimbing II



Dr. Cecep Ucu Rakhman, MM.
NIP : 19761229 200802 1 001

Pembimbing I



Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc
NIP : 19600105 199203 1 001

Bandung, 18 Mei 2021

Mengetahui,

**Sekretaris Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung**



Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc
NIP : 19600105 199203 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* ERA PANDEMI COVID-19 DI
KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT LAMPUNG**

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION TO KAMPOENG WISATA
TABEK INDAH RESORT LAMPUNG DURING THE COVID-19 PANDEMIC
ERA.***

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar
Magister Manajemen Pariwisata pada Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Oleh :

Tanzia Nabila Riyuza

NIM : 201823152

Menyetujui,

Bandung, 21 Mei 2021

**DIREKTUR PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**



Dr. M. Liga Suryadana, M.Si

NIP : 19600504 198503 1 001

**KONSENTRASI ADMINISTRASI PARIWISATA
PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* ERA PANDEMI COVID-19 DI
KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT LAMPUNG**

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION TO KAMPOENG WISATA
TABEK INDAH RESORT LAMPUNG DURING THE COVID-19 PANDEMIC
ERA.***

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar
Magister Manajemen Pariwisata pada Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Oleh :

Tanzia Nabila Riyuza

NIM : 201823152

Mengesahkan,

Bandung, Mei 2021

KETUA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

Faisal, MM.Par., CHE.

NIP : 19730706 199503 1 001

**KONSENTRASI MANAJEMEN PERHOTELAN
PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tanzia Nabila Riyuza
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 08 Mei 1996
NIM : 201823152
Program Studi : Pascasarjana
Konsentrasi : Administrasi Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis:
“PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* ERA PANDEMI COVID-19 DI KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT LAMPUNG” 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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas disantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tesis ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 22 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,



Tanzia Nabila Riyuza

NIM: 201823152

ABSTRAK

Tanzia Nabila Riyuza, 201823152, Pengaruh Destination Image dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Era Pandemi Covid-19 di Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung. Di bawah bimbingan Dr. Atang Sabur, M.Sc dan Dr. Cecep Ucu Rakhman, MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi (*destination image*) dan pengalaman pelanggan (*customer experience*) terhadap minat kunjung ulang (*revisit intention*) pada era pandemic covid-19 di Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung. Teknik penarikan sampel menggunakan *convenience sampling* sebanyak 300 responden yang pernah berkunjung ke Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung era pandemi covid-19. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan tujuan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa hasil uji parsial citra destinasi (X1) berpengaruh terhadap minat kunjung ulang (Y) sebesar 2.477. Untuk pengalaman pelanggan (X2) berpengaruh terhadap minat kunjung ulang (Y) sebesar 8.050. Demikian pula hasil uji secara simultan menunjukkan hasil bahwa citra destinasi (X1) dan pengalaman pelanggan (X2) berpengaruh terhadap minat kunjung ulang (Y) sebesar 81.245. Namun demikian, pengelola destinasi wisata diharapkan agar memperbaiki akses dan kondisi jalan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung. Karena destinasi wisata ini mengusung konsep *one stop service* beberapa fasilitas harus diperbaiki dan penambahan toko souvenir khas Lampung yang sebelumnya belum tersedia serta pembelajaran yang didapat saat berwisata harus ditingkatkan.

Kata kunci: citra destinasi, pengalaman pelanggan, dan minat kunjung ulang.

ABSTRACT

Tanzia Nabila Riyuza, 201823152, The Effect of Destination Image and Customer Experience on Revisit Intention to Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung during the Covid-19 Pandemic Era. Under the guidance of Dr. Atang Sabur, M.Sc and Dr. Cecep Ucu Rakhman, MM.

The purpose of this study was to determine the effect of destination image and customer experience on revisit intention during the Covid-19 pandemic era in Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung. The sampling technique used was convenience sampling of 300 respondents who had visited Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung during the Covid-19 pandemic era. The data collection method used a questionnaire by giving a set of questions to the respondent to answer. This study uses a quantitative approach using multiple linear regression analysis, intending to know the direction and influence the independent variable has on the dependent variable. From the results of data processing, it is known that the partial test results of the destination image (X1) affect the interest in revisiting (Y) of 2.477. For customer experience (X2), it affects the interest in revisiting (Y) by 8,050. Likewise, the simultaneous test results show that the destination image (X1) and customer experience (X2) affect the interest in revisiting (Y) by 81,245. However, tourism destination managers are expected to improve access and road conditions for the convenience of visiting tourists. Because this tourist destination carries the concept of one-stop service, several facilities must be repaired. The addition of a typical Lampung souvenir shop that was not previously available and lessons learned from traveling must be improved.

Keywords: *destination image, customer experience, revisit intention.*

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun penelitian ini. Shalawat serta salam semoga selalu dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, para kerabat, dan ummatnya.

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Destination Image* dan *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* Era Pandemi Covid-19 di Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Lampung”**. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian akhir untuk mendapatkan gelar Magister pada konsentrasi Administrasi Pariwisata, Magister Manajemen Pariwisata di Program Pascasarjana, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda Riyuza Sayuti, Ibunda tercinta Ernita Jamhur, kaka-kaka serta adiku yang telah mendo’akan dan memberikan semangat kepada penulis selama menyelesaikan tesis ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada yang terhormat:

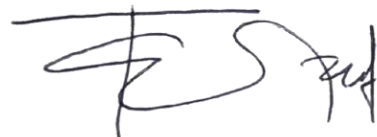
1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE sebagai Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Dr. Moch. Liga Suryadana, M.Si, selaku Direktur Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc, selaku Sekertaris Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung serta sebagai Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan penyusunan tesis ini.
4. Bapak Dr. Cecep Ucu Rakhman, MM. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah membimbing dan memberikan nasehat untuk penulis menyelesaikan penyusunan tesis ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen, Staff dan Karyawan Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah membekali ilmu dan pengetahuan, serta mendampingi penulis selama mengikuti studi.
6. Bapak Kepala Dinas beserta staf dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung beserta dinas-dinas terkait, terimakasih atas segala bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Teman-teman seperjuangan PPS 18 yang telah banyak memberikan dukungan hingga penelitian ini rampung. Semoga tali silaturahmi kita tidak pernah terputus sampai kapanpun.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai koreksi atas kekurangan yang ada. Harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca. Aamiin Ya Rabbalalamin.

Lampung, 22 Mei 2021

Penulis



Tanzia Nabila Riyuza

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Keterbatasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Pustaka	11
1. <i>Destination Image</i> (Citra Destinasi)	11
2. Dimensi <i>Destination Image</i>	20
3. <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	23
4. Dimensi <i>Customer Experience</i>	27
5. <i>Revisit Intention</i> (Intensi Berkunjung Kembali).....	28
6. Dimensi <i>Revisit Intention</i>	32
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran	41
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Rencana Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian	47
C. Populasi dan Sampling	47
D. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	49

E.	Operasional Variabel	50
F.	Sumber Data dan Jenis Data	57
G.	Teknik Analisis Data	57
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
A.	Hasil Penelitian.....	71
B.	Gambaran Umum Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort	71
C.	Gambaran Umum Wisatawan	74
D.	Uji Multikolinearitas	78
E.	Uji Normalitas	79
F.	Uji Heteroskedastisitas	80
G.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
1.	Model Regresi.....	81
2.	Uji T	82
3.	Uji F	83
4.	Koefesien Korelasi.....	84
5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	85
H.	Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	86
1.	<i>Destination Image</i>	86
2.	<i>Customer Experiance</i>	89
3.	<i>Revisit Intention</i>	91
I.	Pembahasan.....	93
1.	Pengaruh <i>Destination Image</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	93
2.	Pengaruh <i>Customer Experiance</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	96
3.	Pengaruh <i>Destination Image</i> dan <i>Customer Experiance</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	97
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI	100
A.	Simpulan.....	100
B.	Implikasi.....	102
C.	Saran	103
	DAFTAR PUSTAKA	104
	LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Elemen Destinasi	16
Tabel 2 Definisi <i>Customer Experiance</i>	24
Tabel 3 Devinisi <i>Revisit Intention</i>	30
Tabel 4 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 5 Klasifikasi Ukuran Sampel	48
Tabel 6 Operasional Variabel	51
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan.....	60
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha.....	64
Tabel 9 Koefisien Korelasi	70
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 11 Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel 12 Hasil Uji Heteroskedaktisitas Residual.....	81
Tabel 13 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 14 Analisis Pengaruh Langsung <i>Destination Image</i> dan <i>Customer Experiance</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> Secara Simultan.....	84
Tabel 15 Nilai Korelasi Pearson	85
Tabel 16 Nilai Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 17 Tanggapan Responden terhadap <i>Destination Image</i>	87
Tabel 18 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Experiance</i>	89
Tabel 19 Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit Intention</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Kunjungan Wisatawan Bulanan Tahun 2019-2020.....	7
Gambar 2 A Models of Destination Image Formational, Annals of Tourism Research	13
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4 Proporsi Responden Berdasarkan Usia	74
Gambar 5 Proporsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 6 Proporsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Gambar 7 Proporsi Responden berdasarkan Pekerjaan	77
Gambar 8 Proporsi Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	78
Gambar 9 Garis Kontinum Tanggapan Responden Citra	88
Gambar 10 Garis Kontinum Tanggapan Responden <i>Customer Experiance</i>	91
Gambar 11 Garis Kontinum Tanggapan Responden Minat Kunjung Ulang	92

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hari Karyono. (1997). Kepariwisataaan. Jakarta: Grasindo.
- Ab, A. (2014). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali Di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20, (3), 207-214, ISSN 1411.
- Abu. Achmadi. dan Narbuko,Cholid. (2007). Metode Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aksoy, Ramazan. and Kiyici, Sule. (2011). “A destination image as a type of image and measuring destination image in tourism (Amasra case)”. *European Journal os Social Science*. Vol. 20, pp: 478-488
- Ali, Sambas Muhidin dan Abdurrahman Maman. (2009). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian. Bandung: Pustaka Setia
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arina, Y., Pramudita., Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di De Kasteel Resto Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, (1), 1-7.
- Badan Pusat Statistik. (2019). “Updating Dan Pencacahan Survei Wisatawan Nusantara (Wisnus) 2019”, available at : <https://koltimkab.bps.go.id/news/2019/10/29/69/updating-dan-pencacahan-survei-wisatawan-nusantara--wisnus--2019.html> (akses 19 Agustus 2020).
- Baker, DA. and JL. Crompton. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*. 27 (3). 785-804.
- Baloglu, S. (1997). The Relationship between Destination Images and Sociodemographic and Trip Characteristics of International Travellers. *Journal of Vacation Marketing*, 3: 221-233.
- Bambang Sunaryo. (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media

- Bigné, J., Sánchez, M., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607–616.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada
- C. Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Candra, Y., Mayora, E., Putra, H, O, A. (2019). Analisis Faktor Revisit Intention Wisnus Di Kawasan Jembatan Akar Kabupaten Pesisir Selatan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10, (2), 2086-5031, ISSN 2086-5031.
- Chalim, Chusnuia. (2020). *Pembangunan Infrastruktur Berdampak pada Majunya Pariwisata* Lampung.
<https://harianmomentum.com/read/22138/pembangunan-infrastruktur-berdampak-pada-majunya-pariwisata-lampung> (diakses 6 Juli 2020).
- Chang, Lan-lan. (2013). Influence Factors on Creative Tourist's Revisiting Intentions: The Roles of Motivation, Experience and Perceived Value. All Dissertations, paper 1084
- Chen, N., Funk, D, C. (2010). Exploring Destination Image, Experience and Revisit Intention : A Comparision Of Sport And Non-Sport Tourism Perception, *Journal of Sport and Tourism*, 15,(3), 239-259.
- Cooper, C et all. (1993). *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17 18-23.
- Dewa Putu Oka Prasiasa, 2013, *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Fadiryana, N, A., Chan, S. (2019). Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10, (2), 1-23.

- Fakaye, P.C. & Crompton, J.L. (1991). Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande valley, *Journal of Travel Research*, 30 (2), 10-16.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gasperz, V. (2005). *Lean Sigma Approach*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C., Gabriela, J., Gani, V.C. (2020). Pengaruh Customer Experience Dan Hotel Atmosphere Terhadap Keputusan Menginap DI Swissotel, Jakarta Utara, *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4, (2), ISSN. 2550-0414.
- Hadiwijoyo, Surya Sakti. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Hijjah, R., Ardiansari, A. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction, *Managemen Analysis Journal*, 4, (4), ISSN 2252-6552.
- Hung, W, L., Lee, Y, J., Huang, P, H. (2014). Creative Experience, Memorability and Revisit Intention In Creative Tourism, *Current Issues in Tourism*, <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>.
- Indira, D., Ismanto, S.U. & Santoso, M.B. (2013). Pencitraan Bandung Sebagai Daerah Tujuan Wisata: Model Menemukanali Ikon Bandung Masa Kini, *Sosiohumaniora*, 15, (1), 45-54.
- Iqbal Hasan. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta
- Jørgensen, Louise Gylling. (2004). "An analysis of a destination"s image and the language of tourism". Cand.Ling.Merc. (ii) Thesis Department of English.

- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2011). “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011”, available at : <https://www.kemenparekraf.go.id/post/peraturan-pemerintah-republik-indonesia-nomor-50-tahun-2011> (diakses 8 Agustus 2020).
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2020). “Pedoman CHSE”, available at : <https://chse.kemenparekraf.go.id/pedoman> (diakses 8 Desember 2020).
- Kertajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13). Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kuncoro, A., Engkos & Riduwan. (2008). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*, Bandung: Alfabeta.
- Laporan Akhir Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM-FEBUI).
- Lin, C.H. (2012). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And Self – Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, p.1-22
- Lin, C.H. (2014). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And SelfHealth Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38, (2), 243-265.
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. (2011). “Destination Image: Origins, Developments and Implication,” *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 307-311.
- Maghnati, F., Kwek Choon Ling, & Amir Nasermodeli. (2012). *Exploring the Relationship between Experiential Marketing and Experiential Value in the Smartphone Industry*. Malaysia.
- Maryani. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata*. IKIP Bandung.

- Mascarenhas, Oswald A., Kesavan, Ram., and Bernacchi, Michael. (2006). Lasting customer loyalty: a total Customer experience approach, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.23, pp.397-405
- Maulidia, I., Pangestuti, E., Bafadhal, A, S. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Revisit Intention (Survei Pada Pengunjung Goatzilla Farm Kab. Lumajang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 75,(1), administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Meyer dan Schwager. (2007). "Understanding Customer Experience". USA. *Harvard Business Review* 1-12.
- Mill, R.C, and Morrison, A.M. (2013). *The Tourism System*, 6 th edition. Australia : Kendall Hunt Publishing.
- Muanas, Ahmad. (2014). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT. Buana Indomobil Trada Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 3, No. 12. Surabaya: STIESIA Surabaya
- Parwati, Kardina. (2014). Pengaruh ServicescapeterhadapRevisit Intention denganPerceived Service QualitysebagaiVariabelMediasi.
- Pitana, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pramudita, Yoana Arina dan Edwin Japarianto. (2012). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 1, hal. 1-7.
- Prasiasa, D. P. (2013). *Destinasi Pariwisata* . Jakarta : Salemba Humanika.
- Octaviany, V., Utami, D, D. (2017). Revisit Intention Wisatawan Di Taman Tematik Kota Bandung, *Tourism and Hospitality (THE) Journal*, 7, (1), 41.
- Oktariani, E., Syafruddin. (2019). Pengaruh Service Quality Dan Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Destination Image Pada Wisata Pantai Terong Aceh Tengah, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4, (3), 391-408, E-ISSN 2598-635X.

- Oswald A. Mascarenhas, Kesavan Ram dan Michael Bernachi. (2006). "Lasting customer loyalty: a total customer experience approach" Sumber: *Journal of Consumer Marketing*.
- Qu, Hailin, Lisa Hyunjung Kim, and Holly Hyunjung Im. (2011). "A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image." *Tourism Management*, 32 (3): 465-476.
- Park, Y., Njite, D. (2010). Relationship between destination image and tourists' future behavior: Observations from Jeju Island, Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 1-20.
- Prayag, G. (2009). Tourists' evaluations of destination image, satisfaction, and future behavioural intentions: The case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, 836-853.
- Rageh, A., Melewar, T. C., Woodside, A. (2013). Using Netnography Research Method To Reveal The Underlying Dimensions Of The Customer/Tourist Experience, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16, (2), 126-149.
- Rahayu, S. (2005). SPSS Versi 12,00 dalam Riset Pemasaran, Bandung : Alfabeta.
- Rahmi, M., Andari, R., Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Behavioral Intention Wisatawan di Saung Angklung Udjo, *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, VI, (2), 1033.
- Redita, R., Sunarti., Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Destination Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Angkut Kota Batu, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50, (6), administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Lampung. (2010). Available at : <http://www.bappeda.lampungprov.go.id/downlot.php?file=PERDA%20RTRW%20P%20LAMPUNG%20FIX%20ttd%20Gub.pdf>. Downloaded : 3 Maret 2020.
- Republik Indonesia. Rencana Aksi Nasional. Pengurangan Risiko Bencana. 2006-2009. Dicitak oleh: Perum Percetakan Negara RI.

- Rompas, F., Saerang, D, P, E., Tumewu, F, J. (2019). Influence Of Destination Image And Customer Experience To Revisit Intention At Kai' Santi Garden, *Jurnal EMBA*, 7, (4), 4561-4570, ISSN 2303-1174.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schmitt, Bernd. (2011). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trend in Marketing* Vol. 5, No. 2 (2010) 55–112 2011.
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22(5), 587–602.
- Silalahi, Ulber. (2010). Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Refika Aditama
- Situmorang, W, R., Rini, E, S., Sembiring, B, K, 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) E-ISSN: 2349-9788; P-ISSN: 2454-2237.
- Soekadijo, R.G. (2003). Anatomi Pariwisata. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Som, A. P. M., Marzuki, A., Yousefi, M., & AbuKhalifeh, A. N. (2012). Frelateors influencing visitors' revisit behavioral intentions: a case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of marketing studies*, 4(4), 39.
- Sudjana. (2001). Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif. Bandung : Falah Production.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Sugiyama, A. G. (2011). Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutianto. (2020). “Luhut: Devisa Pariwisata Turun Hingga 97% Akibat Corona” available at : <https://m.kumparan.com/kumparanbisnis/luhut-devisa-pariwisata-turun-hingga-97-persen-akibat-corona-1tr17d5dLXN/full> (diakses 28 April 2021).
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Suwena, I Ketut dan Widyatmaja I.G.N, (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Perss.
- Tasci, D.A., dan Kozak, M. (2006). Destination Brands vs Destination Images: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 12, No. 4, March: 299 – 317.
- The Minister of Tourism (2009) *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*. Jakarta: Kemempar
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 from World Economic Forum (WEF), data is obtained from website: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitivenessreport-2017>. Downloaded : 3 Maret 2020.
- UNWTO (2018). *Tourism Highlights (2018 ed.)* Madrid, Spain: World Travel Organization.
- World Health Organization W. WHO Director-General’s opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 3 April 2020 [Internet]. 2020 [cited 2020 Apr 6]. Available from: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-sopening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19--3-april-2020>
- Yahya, Arief. (2017). “Siaran Pers : Menpar Tekankan Pentingnya Komitmen CEO untuk Jadikan Pariwisata Primadona Daerah”, available at: <https://www.kememparekraf.go.id/post/> (diakses 19 Agustus 2020).

- Yuniawati, Y., Finardi, A, D, I. (2016). Pengaruha Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, V, (1), 983.
- ZA, S. (2020). Pedoman Umum Menghadapi Pandemi Covid-19 Bagi Pemerintah Daerah Pencegahan, Pengendalian, Diagnosis dan Manajemn. <https://www.bunehaba.com/contoh-daftar-pustaka/>. Diakses tanggal 7 Juli 2020.
- Zhang, H., Wu, Y., Buhalis, D. (2017). A Model Of Perceived Image, Memorable Tourist Experiences And Revisit Intention, *Journal of Destination Marketing & Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2011). “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011”, available at : <https://www.kemenparekraf.go.id/post/peraturan-pemerintah-republik-indonesia-nomor-50-tahun-2011> (akses 8 Agustus 2020).
- Zuhriyah, A Dwi. (2019). Tren Kenaikan Wisatawan Domestik Didominasi Generasi Milenial. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190910/12/1146575/tren-kenaikan-wisatawan-domestik-didominasi-generasi-milenial> (diakses 1 juni 2020)