

DAFTAR PUSTAKA

- Adzan, M. R. W., & Putra, T. (2022). *PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAMPUNG EROPA LEMBAH HARAU*. 4(1), 33–37.
- Andari, R., & Napu, D. M. (2016). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI PENERBANGAN DOMESTIK DI DAVINA TOUR AND TRAVEL GORONTALO*. 1.
- Anggela, M. M., Kartini, N. M. O., & Wijaya, N. M. S. (2017). *Persepsi dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata jembong di kabupaten buleleng*. 5(2).
- Anggraini, N. P. N., Widari, N. P. S., & Andika, A. W. (2021). *THE EFFECT OF SERVICESCAPE AND EXPERIENTIAL MARKETING ON REVISIT INTENTION THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE IN HOUSE OF HOBBIT*. 4(2), 73–85.
- Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2020). *Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan*. 12(1), 97–106.
- Ariyanto. (2015). *Perencanaan Ekowisata*. Rineka Cipta.
- Arrazi, I. M., & Susantainugraha, H. (2019). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(1), 890.
- Ayuningtyas, L. S., & Hari, S. N. (2019). Pengaruh E-word Of Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Administrasi Bisnis*, X(1), 652–664.
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. (2016a). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat*.
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. (2016b). *PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN (CUSTOMER EXPERIENCE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KULINER JAWA RANTAUPRAPAT*. 3(1), 93–103.
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Fentri, D. M. (2017). *PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK TAMAN WISATA ALAM HUTAN RIMBO TUJUH DANAU DI DESA WISATA BULUH CINA KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR RIAU*. 4(2), 1–11.

- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. R., Suharno, & Kuleh, J. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Experiential Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Equity Seb ...*
- Harini, K. M. (2021). *Persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata air terjun kroya*. 1(2), 183–190.
- Herani, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Bengkel Yamaha 2 Mei Bandar Lampung). *Universitas Lampung*, 301(5), 83.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*.
- Imam, A., & Widio, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati*. 8(2), 65–78.
- Intania, B., & Wibisono, N. (2022). *The Influence Of Experiential Marketing Towards Satisfaction And Loyalty Of Tourist Destination In Bandung Regency*. 13–14.
- Ita Rahmawati, & Hidayah, I. N. N. (2021). *ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING, PERCEIVED QUALITY DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOPI GOOD DAY CAPPUCINO*. 2(3).
- Joesyiana, K. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. E., & Poluan, J. G. (2021). the Effect of Electronic Word of Mouth, Product Quality and Experiential Marketing on Purchase Decisions Product Boba Street Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217.
- Kharisma, P. M., & Giantari, G. A. K. (2021). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG LAGI*. 10(12), 1469–1489.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen,*

- Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5505–5513.
- Maihendri, F., & Hijriyantomi, S. (2021). *Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Di Daya Tarik Wisata Air Terjun Sarasah Bunta Lembah Harau*. 5, 7751–7756.
- Pangastuti, R. L. (2017). *The Influence of Experiential Marketing And Service Quality For being Reasonability of Customers Loyalty Forming (Case Study of Beauty Saloon of London Beauty Center “ LBC ”)*. 2(2), 198–213.
- Perbawasari, S., Sjachro, D. W., Setianti, Y., Nugraha, A. R., & Muda, I. (2019). Halal tourism communication formation model in west Java, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 309–320.
<https://doi.org/10.30892/gtg.25203-361>
- Prasetyo, A. A., & Ridwanudin, O. (2016). *Pengaruh personal selling terhadap keputusan berkunjung di jendela alam*. VI(2), 1077–1084.
- Purwanti, A. A. (2019). PENGARUH LIFE STYLE, KUALITAS PRODUK DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Astri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Purwati, D. S., & Zufrie. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN , EXPERIENTIAL MARKETING , WORD OF MOUTH DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Brastagi Supermarket Rantauprapat)*. 2, 133–142.
- Putri, R., & Herwina, D. dan H. (2014). *Jenis-Jenis Kumbang Tinja (Coleoptera : Scarabaeidae) di Kawasan Cagar Alam Lembah Harau , Sumatera Barat Dung Beetle Species (Coleoptera : Scarabaeidae) at Lembah Harau Nature Reserve , West Sumatra Rahmatika Putri *, Dahelmi dan Henny Herwina*. 3(April), 135–140.
- Rampengan, T. L., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2021). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA GRAND MASTER RESORT TOMOHON*. 9(4), 1313–1323.
- Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2019). Perceived Dan Expectation Value Dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad. unpkediri. ac. id. *SENMEA IV & Call Paper, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, UNPGRI Kediri, October*, 361–367.
- Ridwan, A. (2018). *Persepsi pengunjung terhadap agrowisata sapi perah nusa pelangi di kabupaten malang*. 05, 57–76.
- Robustin, T. P. (2020). *Attraction and Word of Mouth in a Visit Decision*. 4(June), 24–31.
- Sarwono, S. W. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Raja Grafindo Persada.

- Sati, R. A. S., & M. Ramaditya, BBA., M. S. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money*. 1–20.
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12.
<https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Sianturi, H. C., & Paludi, S. (2022). *Signifikansi Produk Wisata , Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII The Significance of Tourism Products , Perceptions of Prices and Locations In Influencing Tourist Visiting Decisions to Snowb*. 13, 38–46.
<https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11103>
- Soputan, N. E. J., Kumenaung, A. G., & Kawung, G. M. V. (2022). *ANALISIS PENGARUH SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO DI KOTA MANADO Oleh: 22(4)*, 15–27.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. ALFABETA.
- Triatmanto, P. (2018). *Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Instagram Account on Purchase Intention*. 3(12).
- Ulviani, R., & Tedi Pitri, S.IP., M. (2021). *Pengaruh persepsi, konsep diri, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada perhiasan di toko emas pulau indah*. 2(2), 1–18.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah*. 10, 379–390.
- Yogiswari, N. M. M., Suryawardani, G. A. O., & Wiranatha, A. S. (2021). *The Influence Of Experiential Marketing On Visitors' Satisfaction And Intention To Revisit At Batur Camp Bali*.
- Yusup, D. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Agrowisata Kampoeng Jamboe terhadap Word of Mouth Pengunjung*.