

## DAFTAR PUSTAKA

- Ammari, Nendra Bahri. 2022. *Social Customer Relationship Management (sosial CRM) in the Era of Web 4.0*. Tunisia: IGI Global
- Artal-Tur, Andres dan Kozak, Metin. *Culture and Cultures in Tourism Exploring New Trends*. 2019. New York: Routledge.
- Bühler, Andre., dan Nufer, Gerd. 2010. *Relationship Marketing in Sports*. UK: Routledge.
- Busro, M. 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Costa, Rui Augusto; Brandão, Filipa; Costa, Carlos; and Breda, Zelia. 2021. *Planning and Managing the Experience Economy in Tourism*. Portugal: IGI Global.
- Dixit, Saurabh Kumar. *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing*. New York: Routledge.
- Ghozali, Imam. 2017. *Konsep & Aplikasi dengan program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Fitria; Kurniullah, Ardhariksa Zukhruf; Efendi, Marisi Butarbutar; Sudarso, Andriasan; Purba, Bonaraja; Sisca, Darwin Lie; Simarmata, Hengki

- Mangiring Parulian; Permadi, Lalu Adi; dan Novela, Vina. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hamzah, L. M.; Awaluddin, I.; dan Maimunah, E. 2016. *Pengantar Statistika Ekonomi*. Bandar Lampung: AURA (Anugrah Utama Raharja).
- Jauhari, Vinnie. 2017. *Hospitality Marketing And Consumer Behavior: Creating Memorable Experiences*. USA : Apple Academic Press.
- Juliandi, A.; Irfan dan Manurung, Saprinal. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Klein, H.J., Becker, T.E., dan Meyer, J.P. 2012. *Commitment organizations*. New York: Routledge.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, Edisi 16. USA: Pearson Education.
- Maharaniputri, Aninda.; Pujiastuti, Eny Endah.; and Soeprapto, Adi. 2021. The Effect of Memorable Tourist Experience (MTE) on Affective Commitment and Storytelling Behavior. *Journal of Tourism and Creativity*, vol. 5, page 1-13
- Masjhoer, Jussac Maulana. 2019. *Pengantar Wisata Bahari*. Yogyakarta: Khitah Publishing
- Mowen, John. C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi ke 5. Jakarta: Erlangga.

- Mukson; Hamidah; dan Prabuwono, Anton Satria. 2021. *Lingkungan Kerja Dan Orientasi Kewirausahaan Kinerja Umkm Melalui Komitmen Organisasi*. Boyolali: Penerbit Lakeisha.
- Payangan, O. R. 2013. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.
- Pechuan, I.G; Marquez, D.P; Ortiz, M. P. P; Vendrell, E. dan Ramirez, C.F. 2014. *Strategies in e-business*. Jerman: Springer Science & Business Media.
- Permadi, Agni Hikmah. 2021. *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Jawa Timur: UNITOMO PRESS.
- Prebensen, N. K., Chen, J. S., dan Uysal, M. 2018. *Creating Experience Value in Tourism*. 2nd. USA: CAB International.
- Prebensen, Nina K, Chen, Joseph S, dan Uysal, Muzzafer S. 2014. *Creating Experience Value in Tourism*. London, Uk: CAB international.
- Pujiastuti, E. E., Soeprapto, A., Susanta, S., Utomo, H. S., dan Maharani Putri, A. 2022. The role of perceived value in understanding tourist experience and post experience at heritage destinations. *Journal Siasat Bisnis* 26, vol. 1, page 36-56.
- Pujiastuti, Eny Endah. 2022. *Tourism Marketing: The Bright Future of Tourism*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Rau, Pei-Luen Patrick. 2021. *Cross-Cultural Design. Applications in Cultural Heritage, Tourism, Autonomous Vehicles, and Intelligent Agents*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Sangadji, Etta Mamang., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Schiffman, L., dan Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior*. 12 th. New York: Pearson.
- Sharma, Jyoti., Mohapatra, Subhalaxmi., dan Roy, Subhadip. 2022. Memorable Tourism Experiences (MTE): Integrating Antecedents, Consequences and Moderating Factor. *Tourism and Hospitality Management*, vol. 28, No.1, page 29-59.
- Soebagyo, S. 2012. Strategi pengembangan pariwisata di Indonesia. *Liquidity*, 1(2), 153-158.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I Ketut dan Widyatmaja, I Gusti Ngurah. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Utama. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Zhong, Y. Y., Baloglu, S., dan Busser, J. 2017. A Model of Memorable Tourism Experience: The Effects on Satisfaction, Affective Commitment, and Storytelling. *Tourism Analysis*, vol. 22, page 201-217.

Sumber Internet:

<https://portalmanyaran.blogspot.com/2019/03/legenda-terjadinya-tempat-wisata-waduk-gajah-mungkur-wonogiri.html> (diakses pada tanggal 7 September 2022)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Waduk\\_Gajah\\_Mungkur](https://id.wikipedia.org/wiki/Waduk_Gajah_Mungkur) (diakses pada tanggal 7 September 2022)