

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. 2018. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Karakter Siswa Kelas V Min 2 Mataram Tahun Ajaran 2017/2018*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram.
- Amaliah, I., Fakhriyyah, S., Hasani, C., Made, S., Adhawati, S. S., ... Wahid, A. 2020. *Analisis Kepuasan Konsumen Ikan Hias di Kota Makassar*. Prosiding Simposium Nasional VII Kelautan dan Perikanan.
- Andrawati, L. 2016. *Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta*. E-Jurnal Bimbingan dan Konseling. Edisi 3 Tahun Ke-5
- Anggi, E. F. S. 2012. *Hubungan Antara Intensitas Menonton Sinetron Televisi Terhadap Perilaku Imitasi Gaya Hidup Artis Pada Remaja*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ardiansyah. T. 2017. *Komunikasi Interpersonal Ustadz Dalam Meningkatkan Akhlak Santri Di Pondok Pesantren As'tain Tingkir Lor Salatiga*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga.
- Arumni, K. V. 2013. *Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Peran Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Berbasis Android*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Azhari, M. I. 2015. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Barnes, J., G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Diterjemahkan oleh Andreas Winardi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Budiyanto. 2004. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungi, B. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Cahyani, P. N. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG) Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta.
- Cangara, H. 2000. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Christin, Deasy Venty. 2012. *Analisis Pengaruh Servicescape Terhadap Revisit Intention Pada Theme Restaurant dan Non-Theme Restaurant (Studi Kasus: Nanny's Pavillon dan Solaria)*. Skripsi. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Dedy, M. 2000. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.
- Djali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Djumali, S. 2010. *Pengembangan Kawasan Wisata Rekreasi Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar (Studi Kasus Kawasan Wisata Rekreasi Tanjung Bayang)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fahresi, M. 2018. *Penggunaan Instagram Dalam Mempromosikan Café Cinnamon Sultanalauddin Makassar*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.
- Ferdinan. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fitriani, F. N. 2014. *Pengaruh Training Islamic Excellent Service Terhadap Kinerja Karyawan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP
- Hakim, A. R. 2019. *Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Objek Wisata Alam Tangkahan Di Kabupaten Langkat*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hardiansyah, dan Yuningsih, E. 2018. *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor*. Jurnal Visionida. Vol. 4 (1).
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Hidayah, M. 2016. *Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas V A MI Ma'Arif Bego Maguwoharjo Depok Sleman*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Hidayatun, U. 2015. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaram 2014/2015*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hijjah, R. 2015. *Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction*. Management Analysis Journal.
- Jusmawati. 2018. *Analisis Perbandingan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang (Interest Of Revisist) Wisatawan Pada Wisata Pantai Marina (Marina Beach) Dan Pantai Tanjung Bira (Bira Beach)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.

- Kartajaya, H. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Khotijah, I. 2020. *Pengaruh Media Sosial Instagram @AgendaSolo Dalam Pemenuhan Informasi Bagi Pengguna Followers*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta.
- Kotler, P., Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Lubis, S. 2005. *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju
- Muzakkar, A. K. 2019. *Studi Pengelolaan Objek Wisata Pantai Akkarena Sebagai Sarana Rekreasi Bagi Masyarakat Kota Makassar*. Skripsi. Universitas Negeri Makassar, Makassar.
- Nifita, A. T. dan Arisonaha, E. 2018. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin*. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan. Vol. 7 (2)
- Nugraha, N. B. 2018. *Pengaruh Promosi Online Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Ramayana Ballet Purawisata di Mandira Baruga Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Nugroho, A. 2019. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata di Kabupaten Magelang Tahun 2019. (Studi pada Mahasiswa Universitas Tidar Magelang Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Oktaviani, D. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung.
- Oktosilva, A. 2018. *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*. Skripsi. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Paramitha, D. 2016. *Fenomena Perilaku Remaja Broken Home di SMA BPI Kota Bandung*. Skripsi. Universitas Pasundan, Bandung.
- Parawati, K., Y., dan Hendrawan, D. 2016. *Pengaruh Servicescape Terhadap Revisit Intention dengan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Ubud Hotel dan Villas)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol. 3 (2).
- Pemerintah Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 10. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pradiatiningtyas, D. 2016. *Peran Instagram Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Yogyakarta*. Jurnal Khasanah Ilmu. Vol. 7 (2).

- Pradikta, A. 2013. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gubungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Pramudawardani, A. P. 2016. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Facebook dan Twitter Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan IPS*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Pramudita, Y. A. 2013. *Analisa Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Di De Kasteel Resto Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Prastyaningsih, A. S. 2014. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Pujiyati, H. Sukaatmadja, I., P., G. 2020. *Anteseden Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spritual Di Bali*. E-Jurnal Manajemen. Vol. 9 (1).
- Puspita, A. W. 2016. *Analisis Penggunaan Media Sosial Twitter Oleh Pejabat Publik Dalam Penerapan Good Governance (Studi Terhadap Akun Gubernur Lampung, Gubernur Jawa Tengah dan Wali Kota Bandung)*. Skripsi. Universitas Lampung, Lampung.
- Putoadi, D. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Putra, A., M. 2006. *Konsep Desa Wisata*. Jurnal Manajemen Pariwisata. Vol 5 (1).
- Rahayu, M. P. 2018. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Pengunjung Museum Affandi Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Rahman, A. A. 2019. *Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Ramadhan, Abdurrahman Hikman, Suharyono, Kumadji, Srikandi. 2015. *Pengaruh Citra Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 28 (1).
- Rao, Purba. 2006. *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager
- Rasyidah, D. S. 2017. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-Jenis Media Sosial Terhadap Intensitas Belajar PAI Siswa Kelas VIII Di SMP N 3 Karangdowo Klaten Tahun Pelajaran 2016/2017*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta.
- Revi, D. N. 2018. *Potensi Pengembangan Pedestrian Sudirman Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Palembang*. Skripsi. Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang.

- Rubhan, A. 2013. *Kontrol Diri dan Intensitas Penggunaan Facebook*. Jurnal Online Psikologi. Vol. 1 (2).
- Sari, D. K. 2011. *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sari, D. N. 2017. *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Riau Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung*. Skripsi. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Satyastuti, Y. 2012. *Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert-Introvert*. Jurnal Komunikator. Vol. 4 (2).
- Senjaya, V. 2013. *Pengaruh Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Sholihah, A. 2018. *Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Sholikha, E. A. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @Batuflowergarder.Cobanrais*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 70 (1).
- Sholikha, E. A., Sunart, S. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @Batuflowergarden.cobanrais)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 70 (1).
- Subekti, D., D. 2020. *Pengaruh Dimensi Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Pengunjung Dira Kencong Jember*. Skripsi. Universitas Jember. Jember.
- Sugianto, I. C. 2017. *Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Dampak Penggunaan Media Sosial Oleh Remaja Di SMAN Kota Pasuruan*. Skripsi. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsoedin, W. K. P. dkk. 2015. *Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di SMA Negeri 9 Manado*. E-Journal Keperawatan. Vol. 3 (1)
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tosepu, Y. A. 2018. *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)*. Surabaya: Jakad Publishing
- Umam, K. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

- Utari, M. 2017. *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. Jurnal Online Mahasiswa FISIP. Vol. 4 (2)
- Wardhana, R. E. 2016. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Widyasti, F. R. 2013. *Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Wiryanto. 2001. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Wulan, P. R. 2019. *Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Blitar)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Social Media*, *Customer Experience* dan *Servicescape* Terhadap *Revisit Intention* Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus Pada Pantai Akkarena, Makassar)

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh *Social Media*, *Customer Experience* dan *Servicescape* Terhadap *Revisit Intention* Pada Objek Wisata Bahari (Studi Kasus Pada Pantai Akkarena, Makassar). Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Anda, kami memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

Petunjuk: Berilah tanda centang (✓) pada jawaban () sesuai dengan identitas anda

2. Usia : () < 17 tahun () antara 36-45 tahun
() antara 17-25 tahun () > 45 tahun
() antara 26-35 tahun

3. Asal Kota : () Makassar
() Luar Makassar.

4. Jenis Kelamin : () Perempuan () Laki-laki

5. Pekerjaan : () Mahasiswa/ Pelajar () IRT () Wiraswasta
() Karyawan Swasta () PNS

Lainnya.....

6. Rata-rata Pendapatan (per bulan):

- () < Rp 500.000
() Rp 500.000 - < Rp 1.500.000
() Rp 1.500.000 - < Rp 2.500.000
() Rp 2.500.000 - < Rp 3.500.000
() > Rp 3.500.000

7. Dari mana anda mengetahui adanya Pantai Akkarena di Kota Makassar?

- () Teman, Keluarga, atau orang terdekat

Media Iklan (seperti: koran, spanduk ataupun baliho)

Media Sosial (seperti: *Facebook, Twitter, Instagram* atau *YouTube*)

8. Sudah berapa kali anda berkunjung ke pantai Akkarena:

1 kali 2 kali 3 kali 4 kali kali

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media, customer experience* dan *servicescape* terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali) pada objek wisata bahari Pantai Akkarena, Makassar.

Berilah tanda centang (✓) pada kolom jawaban di bawah ini sesuai dengan pilihan anda, dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

Nilai 5 untuk Sangat Setuju (SS)

Nilai 2 untuk Tidak Setuju (TS)

Nilai 4 untuk Setuju (S)

Nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai 3 untuk Netral (N)

Variabel Social Media (X₁)

Saya memiliki *social media* :

() Iya

() Tidak

Jenis *social media* yang paling sering saya gunakan:

() Facebook

() Instagram

() Youtube

() Twitter

() Lainnya. Sebutkan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Consumption						
1.	Saya memperoleh informasi terkait objek wisata Pantai Akkarena melalui sosial media.					
Curation						
2.	Saya mencari lebih jauh informasi mengenai objek wisata Pantai Akkarena melalui sosial media.					
3.	Saya tertarik datang setelah melihat objek wisata Pantai Akkarena melalui sosial media					
Creation						
4.	Saya akan merekomendasikan lokasi wisata Pantai Akkarena di sosial media yang saya miliki.					
5.	Saya akan memberikan informasi dan					

	keunggulan objek wisata Pantai Akkarena di sosial media yang saya miliki.					
Collaboration						
6.	Saya akan ikut berpartisipasi mengembangkan objek wisata Pantai Akkarena					
7.	Saya bersedia memberi kritik dan saran untuk pengembangan destinasi wisata Pantai Akkarena					

Variabel *Customer Experience* (X₂)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Sense						
8.	Saya tertarik dengan kondisi dan pemandangan alam objek wisata Pantai Akkarena					
9.	Saya tertarik dengan paket wisata yang ditawarkan di objek wisata Pantai Akkarena					
Feel						
10.	Saya merasa nyaman dengan gazebo yang tersedia.					
11.	Fasilitas pendukung yang ada membuat saya merasa lebih nyaman.					
12.	Saya merasa petugas yang ada memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan.					
Think						
13.	Saya memilih destinasi wisata Pantai Akkarena karena memiliki reputasi yang baik.					
14.	Saya merasa harga makanan dan minuman disini cukup terjangkau.					

Act						
15.	Saya merasa destinasi wisata Pantai Akkarena cukup memberikan informasi yang baik lewat media sosial dan sosialiasai langsung.					
Relate						
16.	Saya bersedia untuk ikut mengkampanyekan pelestarian destinasi wisata Pantai Akkarena.					

Variabel *Servicescape* (X_3)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Ambient Condition						
17.	Lingkungan di kawasan pariwisata Pantai Akkarena sangat bersih.					
18.	Lingkungan masyarakat di sekitar objek wisata Pantai Akkarena sangat baik.					
19.	Objek wisata Pantai Akkarena merupakan tempat yang nyaman untuk dikunjungi.					
20.	Objek pariwisata Pantai Akkarena memiliki banyak objek yang baik untuk berfoto.					
21.	Lingkungan alam objek wisata Pantai Akkarena memiliki udara yang sejuk.					
Spatial Layout						
22.	Fasilitas pendukung yang ada di objek wisata Pantai Akkarena sangat baik dan sesuai dengan yang saya butuhkan.					
23.	Sarana transportasi menuju objek wisata Pantai Akkarena sangat nyaman dan memadai					
24.	Akses menuju objek wisata Pantai Akkarena sangat mudah.					

Sign, Artifacts and Symbols						
25.	Papan petunjuk arah dan simbol yang ada di objek wisata Pantai Akkarena cukup jelas dan sangat membantu.					

Variabel *Revisit Intention* (Minat Berkunjung Kembali) (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Repeat Visit						
26.	Saya memiliki keinginan untuk kembali ke Pantai Akkarena					
27.	Saya akan datang lagi jika Pantai Akkarena memiliki fasilitas yang baru					
Recommendation						
28.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Pantai Akkarena					
29.	Saya memiliki keinginan untuk mengajak orang lain berkunjung dan merasakan Pantai Akkarena					

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item-Total Statistics				
No	Variabel	Nilai R		Keterangan
		R hitung	R tabel	
1	X1.1	0,529	0,203	Valid
2	X1.2	0,641	0,203	Valid
3	X1.3	0,647	0,203	Valid
4	X1.4	0,653	0,203	Valid
5	X1.5	0,581	0,203	Valid
6	X1.6	0,511	0,203	Valid
7	X1.7	0,430	0,203	Valid
8	X2.1	0,506	0,203	Valid
9	X2.2	0,384	0,203	Valid
10	X2.3	0,642	0,203	Valid
11	X2.4	0,697	0,203	Valid
12	X2.5	0,653	0,203	Valid
13	X2.6	0,669	0,203	Valid
14	X2.7	0,566	0,203	Valid
15	X2.8	0,379	0,203	Valid
16	X2.9	0,410	0,203	Valid
17	X3.1	0,308	0,203	Valid
18	X3.2	0,315	0,203	Valid
19	X3.3	0,630	0,203	Valid
20	X3.4	0,609	0,203	Valid
21	X3.5	0,614	0,203	Valid
22	X3.6	0,581	0,203	Valid
23	X3.7	0,586	0,203	Valid
24	X3.8	0,372	0,203	Valid
25	X3.9	0,537	0,203	Valid
26	Y1	0,675	0,203	Valid
27	Y2	0,729	0,203	Valid
28	Y3	0,804	0,203	Valid
29	Y4	0,812	0,203	Valid

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	29

Lampiran 3. Hasil Regresi Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.392	3.185		.751	.455
Social Media	.148	.054	.182	2.893	.002
Customer Experience	.216	.054	.379	4.038	.000
Servicescape	.153	.051	.282	2.984	.005

a Dependent Variable: Revisit Intention

Lampiran 4. Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68030562
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.068
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		1.022
Asymp. Sig. (2-tailed)		.247 ^c

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

c. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 5. Uji Nilai *Tolerance* dan VIF

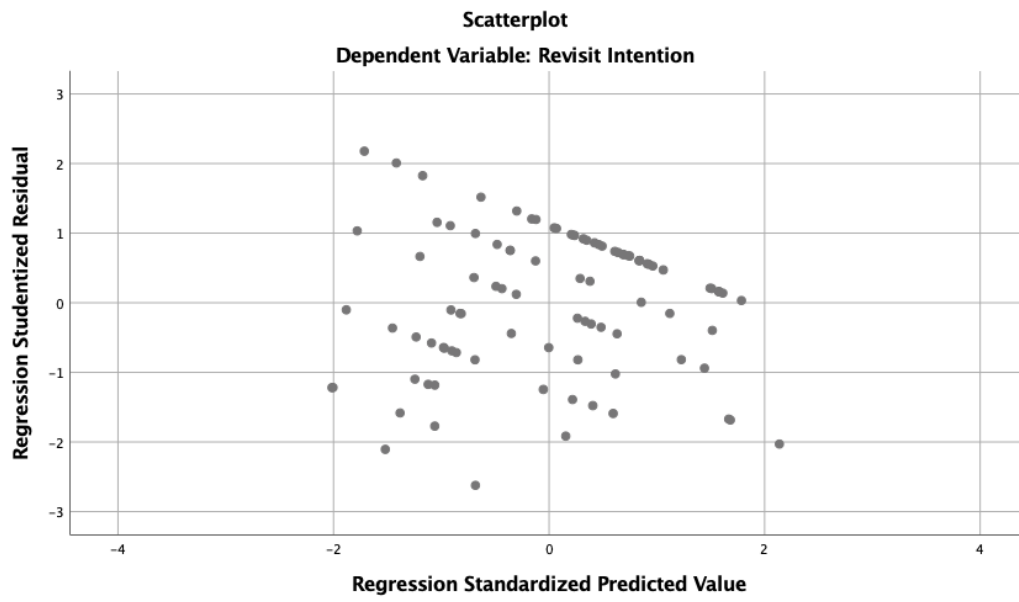
Uji Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.497	2.686		1.674	.098		
Social Media	-.016	.073	-.021	-.216	.830	.883	1.132
Customer Experience	.216	.056	.379	3.849	.000	.839	1.192
Servicescape	.147	.051	.272	2.880	.005	.911	1.098

a Dependent Variable: Revisit Intention

Lampiran 6. Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7. Hasil Uji Signifikansi Simultan (UJI-F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101.061	3	33.687	11.403	.000 ^b
Residual	265.876	90	2.954		
Total	366.936	93			

a Dependent Variable: Revisit Intention

b Predictors: (Constant), Servicescape, Social Media, Customer Experience

Lampiran 8. Hasil Uji Signifikansi Parsial (UJI-T)

Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.392	3.185		.751	.455
Social Media	.148	.054	.182	2.893	.002
Customer Experience	.216	.054	.379	4.038	.000
Servicescape	.153	.051	.282	2.984	.004

a Dependent Variable: Revisit Intention

Lampiran 9. Hasil Pengujian Determinasi

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.675	.651	1.719

a Predictors: (Constant), Servicescape, Social Media, Customer Experience

Lampiran 10. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner

Rekapitulasi Jawaban Kuesioner

No Item	Social Media (X1)								Customer Experience (X2)									Servicescape (X3)									Revisit Intention (Y)						
	1	2	3	4	5	6	7	Mean	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Mean	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Mean	1	2	3	4	Mean
1	5	5	5	1	4	3	2	3,6	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4,7	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3,9	4	4	4	4	4,0
2	3	4	4	4	4	3	4	3,7	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4,0	4	4	2	5	3	3	4	4	5	3,8	5	5	5	3	4,5
3	5	4	4	4	3	4	5	4,1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4,9	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4,7	5	5	5	5	5,0
4	5	5	4	3	3	3	5	4,0	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4,3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4,8	5	5	5	5	5,0
5	5	5	5	4	4	3	5	4,4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3,8	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4,2	4	4	4	3	3,8
6	4	4	4	3	2	4	3	3,4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3,9	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4,0	4	4	4	4	4,0
7	4	4	4	3	3	5	5	4,0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	5	4	3	5	5	3	5	5	5	4,4	4	5	5	5	4,8
8	5	2	5	3	2	4	5	3,7	5	2	4	5	5	5	5	4	5	4,4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4,6	5	5	5	5	5,0
9	5	4	4	4	3	4	5	4,1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4,7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4,9	4	4	5	5	4,5
10	4	4	5	4	4	3	5	4,1	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4,6	5	4	2	4	3	4	3	3	4	3,6	5	5	5	4	4,8
11	4	4	5	4	3	5	4	4,1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4,7	5	5	5	5	5,0
12	5	5	5	3	3	3	3	3,9	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4,6	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0
13	5	4	5	4	4	3	4	4,1	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4,2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4,7	5	5	5	5	5,0
14	5	5	4	1	4	4	4	3,9	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4,7	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4,2	4	5	4	4	4,3
15	5	5	5	5	4	2	1	3,9	5	3	5	5	5	5	5	2	5	4,4	1	5	4	5	5	5	5	5	5	4,4	5	5	4	4	4,5
16	4	4	5	3	3	3	4	3,7	5	4	3	3	5	5	5	3	5	4,2	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0
17	4	4	4	4	4	2	5	3,9	5	5	5	5	5	5	3	2	5	4,4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4,8	5	5	5	5	5,0
18	4	4	4	4	3	3	4	3,7	5	5	3	4	5	5	5	3	4	4,3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4,4	5	5	5	4	4,8
19	4	4	5	4	4	2	3	3,7	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3,9	3	5	3	5	5	5	3	3	5	4,1	2	4	5	5	4,0
20	5	5	5	3	4	4	5	4,4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4,7	5	4	5	5	5	5	2	4	5	4,4	5	5	5	5	5,0
21	4	5	5	5	5	3	4	4,4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4,7	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4,4	5	5	5	5	5,0

22	5	5	5	3	2	3	5	4,0	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9	5	4	4	4	4,3
23	4	4	4	2	2	2	5	3,3	5	5	4	4	5	5	5	2	3	4,2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4,6	3	5	5	4	4,3		
24	4	4	4	3	3	4	4	3,7	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3,8	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4,3	4	4	4	4	4,0		
25	5	4	4	3	3	4	5	4,0	5	4	4	4	4	4	4	5	4,2	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4,4	5	5	5	5	5,0			
26	4	4	4	4	4	2	5	3,9	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4,1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4,6	4	5	4	4	4,3		
27	4	5	4	3	3	3	5	3,9	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4,2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4,8	5	5	5	5	5,0		
28	4	4	4	3	3	4	4	3,7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4,1	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4,7	3	5	4	3	3,8		
29	5	4	5	4	4	5	4	4,4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0		
30	5	5	5	4	3	4	5	4,4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4,4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4,4	5	5	5	5	5,0		
31	3	3	4	3	2	2	5	3,1	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3,9	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4,3	5	5	5	5	5,0		
32	5	5	5	3	2	4	3	3,9	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4,6	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4,4	5	5	5	5	5,0		
33	5	5	5	4	3	4	4	4,3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4,8	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4,8	5	5	5	5	5,0		
34	5	5	5	4	3	4	3	4,1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	3	5	3	3	3	5	5	5	5	4,1	5	4	4	4	4,3		
35	4	4	4	3	2	2	5	3,4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	3,8	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4,8	5	5	5	5	5,0		
36	4	4	3	2	3	3	4	3,3	5	2	4	5	5	5	5	3	5	4,3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4,4	4	5	4	5	4,5		
37	5	4	5	4	5	3	5	4,4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3,6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4,9	5	5	5	4	4,8		
38	4	3	4	4	4	3	4	3,7	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4,2	4	4	2	4	3	4	5	5	5	4,0	4	5	5	4	4,5		
39	5	5	5	3	1	4	5	4,0	5	4	3	3	3	3	3	4	5	3,7	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3,9	5	5	5	5	5,0		
40	5	4	5	5	2	4	4	4,1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3,8	4	5	3	3	4	4	4	4	3,9	4	3	3	3	3,3			
41	4	4	3	3	3	5	4	3,7	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4,7	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0		
42	4	4	3	3	3	5	5	3,9	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4,6	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4,8	4	5	5	5	4,8		
43	5	5	5	4	4	3	5	4,4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4,1	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4,3	5	4	4	4	4,3		
44	4	5	5	5	3	4	4	4,3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0	4	4	4	4	4,0		
45	4	4	4	4	3	4	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3,8	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4,2	4	4	3	4	3,8		
46	4	4	4	4	2	3	4	3,6	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4,4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	5	3	5	5	4,5		

47	5	5	5	2	3	4	4	4,0	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3,6	2	3	4	4	5	5	3	5	5	4,0	4	5	4	5	4,5
48	5	4	5	5	4	5	5	4,7	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4,4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4,4	5	5	4	4	4,5
49	4	5	4	4	3	3	5	4,0	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4,6	5	5	4	4	4,5
50	4	4	4	3	2	4	3	3,4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3,9	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3,9	4	4	4	4	4,0
51	5	4	3	3	3	5	4	3,9	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4,6	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4,2	3	5	4	4	4,0
52	5	4	3	3	3	2	4	3,4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4,0	4	5	2	4	2	3	3	3	3	3,2	4	4	4	4	4,0
53	5	5	5	4	3	2	3	3,9	5	5	5	2	5	3	2	2	5	3,8	5	5	2	5	2	5	5	5	4	4,2	3	4	4	3	3,5
54	5	5	5	2	2	3	4	3,7	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4,4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4,8	5	5	5	5	5,0
55	5	5	5	5	4	5	5	4,9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	5	4	4	4	4,3
56	4	4	4	4	4	4	3	3,9	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4,2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0
57	4	5	5	3	2	3	4	3,7	4	3	2	2	5	5	4	3	5	3,7	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4,7	4	3	3	3	3,3
58	3	4	3	3	3	2	5	3,3	5	4	3	5	5	4	5	2	2	3,9	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4,6	5	4	5	5	4,8
59	5	5	5	5	5	2	2	4,1	5	5	4	5	5	4	5	2	5	4,4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4,6	4	4	4	4	4,0
60	4	4	4	4	4	5	2	3,9	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4,8	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9	4	5	4	4	4,3
61	4	4	4	2	2	5	3	3,4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4,6	5	5	5	5	5,0
62	5	5	5	1	5	2	5	4,0	5	5	5	5	4	4	2	2	5	4,1	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4,3	5	5	4	4	4,5
63	5	5	4	4	4	3	4	4,1	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4,6	5	4	2	3	3	3	3	3	3	3,2	4	4	4	5	4,3
64	5	5	3	3	3	2	3	3,4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4,0	2	4	1	3	4	5	4	5	4	3,6	1	5	5	5	4,0
65	3	3	3	3	3	4	2	3,0	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,8	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4,3	4	4	5	4	4,3
66	3	3	3	3	3	3	2	2,9	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4,3	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4,4	5	5	5	4	4,8
67	4	4	4	4	3	4	5	4,0	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4,1	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4,4	5	5	5	5	5,0
68	5	5	5	2	2	4	5	4,0	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4,4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0
69	5	4	5	4	3	4	2	3,9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4,9	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4,0	5	5	5	5	5,0
70	5	5	5	5	3	4	3	4,3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4,2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,0	5	5	5	5	5,0
71	5	5	4	4	4	5	2	4,1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4,9	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4,7	5	5	5	5	5,0

72	4	4	4	3	3	5	4	3,9	5	5	2	4	4	4	4	5	5	4,2	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4,7	5	5	5	5	5,0
73	4	4	4	3	3	3	3	3,4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4,7	4	5	2	4	2	4	4	4	4	3,7	4	4	4	4	4,0
74	5	4	4	3	3	2	4	3,6	5	4	3	3	4	4	4	2	4	3,7	4	5	3	4	3	5	4	5	4	4,1	4	4	3	3	3,5
75	5	4	4	2	2	4	4	3,6	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3,8	5	4	5	1	5	5	4	4	4	4,1	5	5	5	5	5,0
76	5	5	5	3	4	4	4	4,3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4,7	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4,4	4	5	5	5	4,8
77	4	4	3	3	3	3	4	3,4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4,3	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4,6	5	5	5	5	5,0
78	4	4	3	3	3	2	5	3,4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3,8	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3,4	4	4	3	3	3,5
79	4	5	5	5	4	2	5	4,3	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4,3	1	5	5	2	4	5	4	2	4	3,6	4	5	5	5	4,8
80	4	5	4	3	3	3	3	3,6	5	5	3	3	3	5	5	3	4	4,0	5	4	2	4	4	5	4	3	4	3,9	4	5	5	5	4,8
81	4	4	4	3	3	5	2	3,6	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4,2	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4,6	5	5	5	5	5,0
82	2	5	2	4	5	4	4	3,7	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3,4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4,6	4	3	5	3	3,8
83	5	5	4	4	4	4	4	4,3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4,2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4,3	5	5	4	5	4,8
84	4	5	5	5	5	4	3	4,4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4,3	4	5	5	5	2	4	2	4	5	4,0	5	5	5	4	4,8
85	5	5	5	2	2	4	2	3,6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,1	5	5	2	2	5	4	4	4	5	4,0	3	5	5	3	4,0
86	4	4	5	4	4	4	3	4,0	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4,6	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4,7	5	5	5	5	5,0
87	4	4	5	4	4	3	2	3,7	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4,4	3	5	3	5	3	5	5	3	5	4,1	5	5	5	5	5,0
88	5	4	5	4	5	5	3	4,4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4,6	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4,4	5	4	4	5	4,5
89	4	5	5	5	3	5	3	4,3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4,2	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3,9	4	5	4	5	4,5
90	3	4	4	4	4	5	2	3,7	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4,1	2	2	1	1	5	5	5	5	5	3,4	5	5	5	5	5,0
91	4	4	2	4	4	4	4	3,7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4,8	5	5	5	5	5,0
92	5	5	3	4	4	5	1	3,9	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4,6	5	4	3	4	2	5	5	5	4	4,1	4	4	5	5	4,5
93	5	5	5	4	2	4	2	3,9	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4,1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,9	3	5	4	4	4,0
94	4	4	4	3	3	4	2	3,4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3,6	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3,8	4	3	3	4	3,5

Lampiran 11. Dokumentasi



Foto Bersama Pengelola Pantai Akkarena



Foto Bersama Responden



Fasilitas Tempat Makan/ Café



Fasilitas Gazebo dan Tempat Duduk



Fasilitas Klinik Kesehatan



Ruang Bilas dan Ganti



Ruang Pertemuan



Management Office



Toilet



Musollah



Lahan Parkir Mobil dan Motor



Papan Petunjuk Jalan