

DAFTAR PUSTAKA

- Albarq, A. N. (2014). Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business* , Vol. 7, No.1.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, B. E. (2018). Pengaruh e-Wom dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan berdasarkan persepsi daya tarik wisata menurut karakteristik demografis. Studi pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Dewi, N. P. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sukawana Sunrise. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis Vol 01 No 02, 2022: 276-285 EISSN 2579 – 3454*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Goyette, I. R. (2010). e-WOM Scale: Word of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1),5-23.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Henning-Thurau, T. .. (2004). Electronic Word-Of-Mouth Via Customer-Opinion Platforms : What Motivates Consumer To Articulate Themselves On The Internet. *Journal Of Interactive Marketing*, Vol 18/No 1, 38-52.
- Hidayanti, A. a. (2020). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian* , 129-44.
- Ismagilova, E. D. (2017). Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context. *SpringerBriefs in Business*. Cham: Springer Nature. .

- Kaplan, A. M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 3*. Jakarta: Penerbit indeks.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. a. (2016). 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall Inc. *Marketing Management*.
- Kotler, P. d. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi ke12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Management 13*. Pearson Prentice Hall: Inc: New Jearsy.
- Kotler, P. d. (2016). United States: Pearson Education. *Marketing Management*, 15th edition.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi (4th ed.)*. Erlangga.
- Kurniawan, A. W. ((2016)). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Book.
- Liu, Y. (2006). Word-of-mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue. *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89.
- Marlena, N. P. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Hargaterhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 10 No 1.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nifita, A. T. (2018). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin”. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7 (2):169-80.
- Sari, D. M. (2015). Partisipasi Masyarakat Dalam Mengembangkan Sarana Prasarana Kawasan Desa Wisata Borobudur. Modul 15.2 133-140.

- Sari, F. d. (Januari 2018). Pengaruh Electroni Word of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol 54 No.1.
- Sembiring, k. D. (2017). Hubungan antara kesepian dan kecenderungan sosial media instagram. 16(2), 147–154.
- Soinbala, R. a. (2020). “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial* , 65-83. .
- Solis, B. (2010). Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Edisi Ke-2*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, M. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Utama, I. B. (2017). *Pemasaran pariwisata* . Yogyakarta: Andi.
- Yuliyanti, N. L. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 15070-15088.