

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, Rosmaya dan Indriani, Farida. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek dan Niat Beli pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 6 No. 4:1-14.
- Ardiyanto, N. S., & Nugraha, H. S. (2018). Pengaruh Produk Wisata dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bondo Jepara). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 199-208.
- Dani, Y. P., & Thamrin, T. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Kawasan Wisata Mandeh. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1 (1)
- De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., & Napolitano, M. R. (2015). *Tourism satisfaction effect on general country image, destination image, and post-visit intentions*. *Journal of Vacation Marketing*, 21 (4), 305-317
- Deni, M., & Winarni, S. (2017). Pengaruh Pramuwisata dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15(1), 39-48.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, Imam, dan Latan, Hengki. 2015. *PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Undip
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Hidayah, Nurdin. 2018. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Huda, M. K., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Coban Jahe. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(4).
- Ikasanti, L., Rachma, N, & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan *Experiential Marketing* Terhadap *Electronic Word of Mouth* Lazada Online Shop. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(11)
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WOM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 164-170.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi Ketiga Belas. Penerbit Erlangga.
- Oka A.Yoeti. (2018). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Kompas. Jakarta.

- Pallefi, A. Z., & Widiartanto, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 397-406.
- Pamungkas, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Batu Flower Garden Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(16).
- Priansa, Donny Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung:ALFABETAcv.
- Purnamasari, M., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 89-96.
- Purwati, A.A., & Setiawan, O. (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Insentif Terhadap Perilaku *Word of Mouth* Mahasiswa STIE Pelita Indonesia. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 1(2), 124-136
- Putranegara, R. I., & Pradhanawati, A. (2016). Pengaruh Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Goa Pindul YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 491-500.
- Ramadhan, I., & Nugraha, H. S. (2016). Pengaruh Produk Wisata Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 438-448.
- Sangadji dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (W.K Nikoemis, Ed), ANDI-Yogyakarta.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-wom)* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 189-196.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI Yogyakarta
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun

Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 1-10.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Service management*. Yogyakarta: ANDI.

Toruan, N. N. L., & Priansa, D. J. (2018). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-wom)* Pesona Jawa Baratku Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Jawa Barat Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).

Yofina Mulyati, M. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Persepektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu*, 13(1)

Zakia, S. Z., & Widiartanto, W. (2016). Pengaruh Produk Wisata, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Intervening (Studi pada Obyek Wisata Colo Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 510-518.

Zarrad, H., & Debabi, M. (2015). *Analyzing the effect of electronic word of mouth on tourists' attitude toward Destination and Travel Intention*. *International Research journal of social sciences*, 4(4), 53-60

Sumber Internet :

<https://travel.kompas.com/read/2019/03/19/110700827/6-langkah-pemerintah-tingkatkan-devisa-pariwisata-indonesia?page=all> [diakses tanggal 14/9/2019 jam 19.16]

<https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180719133425-269-315376/upaya-indonesia-mewujudkan-pariwisata-berkelanjutan> [diakses tanggal 14/9/2019 jam 20.11]

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/17/5-tahun-terakhir-rerata-pertumbuhan-kunjungan-wisawatan-mancanegara-14> [diakses tanggal 14/9/2019 jam 21.23]

<https://travel.tempo.co/read/1150790/5-langkah-ini-membawa-pantai-pangandaran-ke-wisata-kelas-dunia> [diakses tanggal 15/9/2019 jam 07.00]

<http://www.kemenpar.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia> [diakses tanggal 15/9/2019 jam 10.31]

<https://m.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/11/29/piy31j370-pangandaran-berbenah-menuju-wisata-kelas-dunia> [diakses tanggal 15/9/2019 jam 13.15]

<https://tirto.id/bps-indonesia-dikunjungi-1581-juta-turis-sepanjang-2018-dfGP> [diakses tanggal 19/9/2019 jam 14.00]

<https://tirto.id/jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-513-juta-orang-hingga-april-2019-eccK> [diakses tanggal 19/9/2019 jam 20.23]

<http://jabar.tribunnews.com/2018/11/20/dua-kawasan-ekonomi-khusus-menunggu-finalisasi-jabar-ajukan-empat-kek-tambahan> [diakses tanggal 10/10/2019 jam 15.00]

<https://travel.kompas.com/read/2018/07/21/145108427/indonesia-raih-6-penghargaan-di-kayak-travel-award-singapore-2018?page=all> [diakses tanggal 11/10/2019 jam 19.35]

<https://m.liputan6.com/global/read/3867972/indonesia-raih-penghargaan-destinasi-pariwisata-terbaik-di-belanda> [diakses tanggal 18/10/2019 jam 10.15]

<https://travel.kompas.com/read/2017/09/29/085646427/menpar-ke-bangkok-indonesia-raih-destination-of-the-year-2017?page=all> [diakses tanggal 19/10/2019 jam 19.25]

<https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi-industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa> [diakses tanggal 13/11/2019 jam 23.37]

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/01/1543/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-desember-2018-mencapai-1-41-juta-kunjungan.html> [diakses tanggal 18/11/2019 jam 13.15]

