

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan Akademik Publik*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Anis, Billy Josef, Budiman Christiananta, Lena Ellitan. 2018. Pengaruh promosi melalui media sosial, word of mouth, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan obyek wisata gunung beruk karangpatihan balong. *EAKonomi, Manajemen Dan Akuntansi, Vol 2 No. 1*.
- Basiya, & Rojak, H. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Manca Negara di Jawa Tengah. *Jurnal Pariwisata, 1*.
- Eka, S., & Edriana, P. (2017). Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan dipantai balekambang kabupaten malang. *Jurnal Administrasi Bisnis, VOL, 51 No. 2*, 16-21.
- Erni, J. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung Ke Taman Hutan Kota Di Kota Langsa. *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS, VOL 10, NO 2*, 146-155.
- Faikar, W., & Erlangga, B. (2016). Analisis persepsi wisatawan mengenai penurunan kualitas daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. *Pariwisata, Vol. III No. 2*, 129-137.
- Fajar, L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitri, A. d. (2015). Pengaruh word of mouth terhadap minat berkunjung serta dampaknya pada keputusan berkunjung (survei pada pengunjung tempat wisata "Jawa Timur park 2" Kota Batu). *Vol, 24 No. 1*, 1-6.
- H, A. (1995). *Consumer Behaviour and Marketing Actiong*. Boston: Kent Publishing.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *Multivariate Data Analysis 7Th Edition*. England: Peorson Education Limited Har Low.
- Ika, L. A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Ingstagram dan Word Of Mouth Serta Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Taman Nasional Barulan*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. SKRIPSI.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badang Penerbit Universitas Deponegoro.

- Ismiyati. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, & Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muchamad, J. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: E- Gof, Publishing.
- Nova Susanti, Ida Aryati, Ratna Damayanti. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata dan Elektronik Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* .
- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen, Edisi Pertama* . Jakarta: Prenada Media.
- Rahmawati, S., & Edrriana, P. (2016). Pengaruh customer value dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (Studi pada pengunjung Pantai Balekembang, Malang). *Administrasi Bisnis, Vol.40 No.1*, 112-118.
- Reni, D. K. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Cafe Sawa Pujon Kidul. *Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang*.
- Sernovita, A. (2009). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get Pople Talking (Revise Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Stephany Q. W. Lopian, Silvy Mandey, Sjendri Loindong. (2015). Pengaruh advertising dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan mengunjungi obyek wisata pantai Firdaus di Kabupaten Minahasa Utara. *JURNAL, EMBA, VOL.3 No.3*, 1079-1088.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Candi Gerbang Permai.

Suwena, & Widyamaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.

Sweeney, e. a. (2012). *Kelayakan Harga dan Kualitas Produk Sebagai Pertimbangan Konsumen*. Bandung : CV. Alfabeta.