

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, P. 2015. "Uji Asumsi Klasik". (<https://serviceacjogja.pro/uji-asumsi-klasik/>). Diakses pada 12 Oktober 2020.
- Alma Buchari. 2018. "Manajemen pemasaran & pemasaran jasa". Edisi Revisi. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Badan Pusat Statistik Kota Ternate, 2020. "Jumlah Wisatawan di Kota Ternate". (<https://ternatekota.bps.go.id/indicator/16/154/2/jumlah-wisatawan.html>). Diakses pada 10 Oktober 2020.
- Chaniago, Yasmen. 2011 "Undang-Undang RI no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata". (<http://www.wisatakandi.com/2011/11/undang-undang-ri-no-10-tahun-2009.html>). Diakses pada tanggal 28 September 2020.
- Idrus, Hilman. 2020. "Berkunjung ke Danau Tolire Ternate". (<https://www.kompasiana.com/hilmanid/5f0dd0ebd541df0e1c6f80c2/berkunjung-ke-danau-tolire-ternate?page=all>). Diakses pada 10 Oktober 2020.
- Lebu, Christy F.K, Lebu, Silvy L. Mandey, R.S Wenas. "Pengaruh Lokasi, persepsi harga dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Danau Linow", Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi/ 2019/ Vol 7, No.4/ Hal 5505-5514.
- Mahgpiroh, Aulia. 2017. "Analisis pengaruh electronic word of mouth dan citra destinasi terhadap minat berkunjung serta dampaknya terhadap keputusan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango". Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis. UIN SYARIF HIDAYATULLAH. Jakarta.
- Mustikasari, Ati dan Widyaningsih, Sri. 2017. "Pengaruh E-WOM terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata di kota bandung". Skripsi. Fakultas ilmu terapan. Universitas Telkom. Bandung.
- Nistanto, Reska.K. 2013. "Riset: instagram tempat beriklan paling efektif". (<https://tekno.kompas.com/read/2013/12/11/1251314/Riset.Instagram.Tempat.Beriklan.Paling.Efektif>). Diakses pada 28 September 2020
- Nurrohman, Faris. 2018. "Pengaruh Electronic word of mouth, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada smartphone merek Bleckberry di Yogyakarta)". Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas Negri Yogyakarta.
- Riantika, Irma. 2016. "Pengaruh electronic word of mouth, daya tarik, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Curug Sidoharjo". Skripsi. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

- Sari, Funkiya dan Pangestuti Edriana. 2018. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung (studi pada wisata Coban Rais BKPH Pujon)." Skripsi. Fakultas ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Website Binus University. 2014. "Uji Validitas dan Reliabilitas". (<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>). Diakses pada 12 Oktober 2020.
- Website Databoks. 2018. "Media sosial yang paling Populer di Indonesia." (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-Indonesia>). Diakses pada 28 september 2020.
- Website SPSS Statistik. 2017. "Analisis regresi linear berganda menurut para ahli". (<https://www.spssstatistik.com/analisis-regresi-linier-berganda-menurut-para-ahli/>). Diakses pada 12 Oktober 2020
- Yolanda, Fanny. 2017. "Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata alahan panjang resort Danau Diatas kabupaten solok". Skripsi. Program studi Manajemen perhotelan jurusan pariwisata fakultas pariwisata dan perhotelan Universitas negeri padang. Padang.
- Yunitasari, Fitri. 2018. "Pengaruh dimensi eWOM terhadap keputusan pembelian di Marketplace dalam prespektif ekonomi islam". Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.