

## DAFTAR PUSTAKA

- Abalaesei, Mihaela., & Raluca Mihaela Sandu. 2015. *Electronic Word of Mouth Factors That Influence Purchase Intention. Intercultural Communication and the Future of Education. THE HUB- Fusion between Social Sciences, Arts, Theology, Engineering and Management.* [http://seaopenresearch.eu/Proceedings/Article/NORD3\\_9.pdf](http://seaopenresearch.eu/Proceedings/Article/NORD3_9.pdf)
- Alfian Widyanto, Sunarti, dan Erdiana Pangestuti. 2017. Pengaruh E-Wom Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 45 No.1. <https://media.neliti.com/media/publications/87825-ID-pengaruh-e-wom-di-instagram-terhadap-min.pdf>
- Ali Hasan dan Niken Widiati Setyaningtyas. 2015. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Pada Media Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*. Volume 13 Nomor 1. [https://repository.usd.ac.id/28191/2/142214070\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/28191/2/142214070_full.pdf)
- Ananda, Rizka Putri., Rahman, Eeng., dan Riwanudin, Oce. 2013. Pengaruh *Physical Evidence* Objek Wisata Pemandian Air Panas Ciwalini Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Survei pada Wisatawan Nusantara Pemandian Air Panas Ciwalini-Ciwidey Kabupaten Bandung). *Tourism and Hospitality Essentials Journal (THE Journal)*, Vol. III, No.1, 2013 - 461. Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI. <http://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1966/1349>
- Andayani, Ni Luh Henny. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penebit Graha Ilmu
- Aprilia, Fitri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2015. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 24 No. 1. <https://media.neliti.com/media/publications/86013-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-minat-be.pdf>
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung
- Djaslim Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur unsur Pemasaran*, CV. Linda Karya, Bandung
- Eka Bintari. 2017. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Agro Tanjungsari Kabupaten Wonosobo. Purworejo : Universitas Muhammadiyah Purworejo. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/4002/3763>

- Erni, & Kurniawan. 2017. Pengantar Manajemen, edisi 1, Kencana – Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Cetakan ke-4, , Yogyakarta. CV Andi Offset
- Fungkiya Sari & Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 54 No. 1. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2231/2628>
- Gruen,T.W et al (2006), *e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty*. *Journal Of Business Research*. Vol. 59. No.4, Pp. 449-456. <https://pdfs.semanticscholar.org/df1f/5ed9e72c73590060c1f3fb8f258065e73cae.pdf>
- Hennig-Thurau,Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ?*.*Journal of Interactive Marketing*.38 : 52. [https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/hennig-thurau\\_et\\_al.\\_2004\\_jim\\_electronic\\_word-of-mouth\\_via\\_consumer-opinion\\_platforms\\_what\\_motivates\\_consumers\\_to\\_articulate\\_themselves\\_on\\_the\\_internet.pdf](https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/hennig-thurau_et_al._2004_jim_electronic_word-of-mouth_via_consumer-opinion_platforms_what_motivates_consumers_to_articulate_themselves_on_the_internet.pdf)
- I Nyoman Sudiarta. 2011. Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya*, Vol 16, No 2. <http://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/download/184/168>
- Jeong, Eunha. SooCheong Jang. 2011. *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word of Mouth Motivations*. *International Journal of Hospitality Management*. 357:366. <http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/4989.pdf>
- Kharina AR. 2016. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*. Volume 5, Nomor 2. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/216/169>
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition, Pearson Pretice Hall, New Jersey

- Lerrthaitrakul, Weerawit & Panjakajornsak, Vinai. 2014. *The Impact of Electronic Word of Mouth Factors on Consumers' Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers*. *Research journal of business management*. 8 (4): 367-378, 2014 ISSN 1819-1932. DOI: 10.3923/rjbm.2014.367.378. <http://www.ijtef.org/papers/357-C00010.pdf>
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta
- Machfoedz, Mahmud. 2013. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Malayu S.P Hasibuan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Marlina Kurnia dan Rochiyati Murniningsih. 2014. Pengaruh *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Konsumen Umkm Di Area Wisata Kuliner Badaan Kota Magelang. Universitas Muhammadiyah Magelang. Jurnal Fakultas Ekonomi. <http://103.215.25.50:46247/public/document/penelitian/15248-pengaruh-word-of-mouth.pdf>
- Maya Ida Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana. 2017. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Program studi Manajemen. <https://osf.io/preprints/inarxiv/92r6b/download>
- Moh, Arief Febianto. 2018. Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Kebun Binatang Bandung. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/32982>
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung, 40153.
- Sernovitz, Andy. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*. New York. Penerbit: Kaplan Inc.
- Sofjan Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Rajawali Pers. Jakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Suryadana, M. Liga, dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta.

- Suwarduki, Puspa Ratnaningrum, Edy Yulianto, dan M. Kholid Mawardi. 2016. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (survei pada Followers aktif Instagram Indtravel yang telah mengunjungi Destinasi wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37 No. 2. <https://media.neliti.com/media/publications/87189-ID-pengaruh-electronic-word-of-mouth-terhad.pdf>
- Widiyarsari, Asri. 2016. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Repurchase Decisions Pada Wisata Petik Madu Lawang. University of Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/33629/2/jiptummpp-gdl-asriwidiya-44032-2-babi.pdf>
- Wijayanti, Irine Diana Sari. 2013. Manajemen. Editor: Ari Setiawan. Yogyakarta: Mitra Cendikia.
- Yan, Xiangbin., Shah, Adnan Muhammad., Zhai, Li., Khan, Salim., & Shah, Syed Asad Ali. 2018. *Impact of Mobile Electronic Word of Mouth (EWOM) on Consumers Purchase Intentions in the Fast-Causal Restaurant Industry in Indonesia*. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. 10.24251/HICSS.2018.479. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/50367/paper0480.pdf>
- 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*. Vol. 4, No. 4. <https://pdfs.semanticscholar.org/351a/1560556ca00e6a11e5e2e895e23e95473063.pdf>
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th Edition*. Mc.Graw-Hill. Boston