

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber buku :

- Ali Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Agus Hermawan, 2012, “*Komunikasi Pemasaran*”, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Ahmadi dan Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Ariyanto. (2005). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azuar Juliandi, Irfan dan Saprial Manurung. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Bungaran Antonius Simanjuntak, Flores Tanjung dan Rosramadhana Nasution, 2017, “ *Sejarah Pariwisata ( menuju perkembangan pariwisata Indonesia )*”, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Buttle, F. 2009. *Customer Relationship Management Concepts and Technologies*. USA: Elsevier Ltd.
- Rangga Restu Prayogo, 2018, “ *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran* ”, Surabaya : PT Lontar Digita Asia
- Holloway, C., Humphreys, C. and Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism*. 8th Edition. Essex, Pearson Education Limited.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif, untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan: M2000
- Kotler, P., dan Armsrong, G, 2008, “*Prinsip – Prinsip Pemasaran*” edisi 12 jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., dan Armsrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler,P dan K. Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid dua. Jakarta: Erlangga.

- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. (2012). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jilid 1. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Dian Wulandari. Jakarta: Erlangga
- Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- McIntosh. (1997). *Karakteristik Wisatawan*. Yogyakarta : Andi
- Ni Luh Henny A., (2015), *Manajemen Pemasaran Pariwisata*, Graha Ilmu.
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing. ISBN [978-87- 7681-992-7]
- Tjiptono, Fandy. 2015. “ *Strategi Pemasaran* ”, edisi – 4, Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Oka, Yoeti. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Aglis Andhita. 2019. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Deepublish.
- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Supranto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran. Edisi Revisi Ketujuh*.Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*.Yogyakarta: Andi Offset.
- Terry, George R. 2009. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Jakarta: Penerbit Erlangga.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta. Deepublish.

Wibisono, Jeffrey. (2013). *Motivasi Berwisata dan Faktor Penariknya*. [Online]. Tersedia di: <http://www.jeffreywibisono.com>

### **Sumber Jurnal dan Skripsi :**

Azizah, et. al. 2019. *Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen*. Kebumen : STIE Putra Bangsa.

Chaifnit ,. Phetvaroon (2011) A critical assessment of the role of fashion in influencing the travel decision and destination choice, *Journal of Product and Brand Management*.

Dani, et. al. 2019. *Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Wisata Mandeh*. Padang : Universitas Negeri Padang.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F. 2010. e-WOM Scale: Wordof-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 27(1). pp 5-23.

Hapsari, N.R., Lubis, N., dan Widiartanto. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3 (4), 1-11.

Hasibuan, Yoki Julianus. 2018. *Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Kembali Ke Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun*. Medan : Universitas Sumatra Utara.

Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. *Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates consumers to Articulate Themselves on The Internet?*. *Journal of Interactive Marketing*. Vol 18. Num 1, 38: 52.

Kaplan, Andreas M., & Haenlein, Michael. 2010. “*Users of the World , Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*.” *Business Horizons Journal* 53. 59-68.

Liu,Y.(2006). *Word-of-mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue*, *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89

Malisti, et. al. 2019. *Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru*. *Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi – Volume 4 Nomor 1 Juni 2019*. Universitas Merdeka Pasuruan.

- Muflikhah, et. al. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram Dan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Floating Market Lembang*. Jakarta : Universitas Pancasila Jakarta.
- Mulyani, Asri. 2018. *Pengaruh Atraksi , Motivasi Berkunjung dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Pantai Watu Bale di Kebumen*. Kebumen : STIE Putra Bangsa.
- Ramdani, et. al. 2018. *Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan*. Universitas Garut.
- Wijaya, et. al. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Yi-Wen Fan and Yi-Feng Miao. 2012. *Effect Of Electronic Word-Of-Mouth On Consumer Purchase Intention: The Perspective Of Gender Differences*. International Journal of Electronic Business Management, Vol. 10, No. 3, pp. 175-181 (2012)
- Ying-Chuan Wang. 2015. A study on the influence of electronic word of mouth and the image of gastronomy tourism on the intentions of tourists visiting Macau.

**Sumber Internet :**

<https://disparbud.jepara.go.id/wp-content/uploads/sites/72/2020/01/Statistik-2019.pdf>