

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gifari, 2016, Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi, Edisi Kedua, BPFE. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2020. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Hasan, All. 2020. Marketing dari Mulut ke Mulut. Media Presindo. Yogyakarta.
- Hendri, Ma'ruf. 2020. Pemasaran Ritel. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Husein, Umar. 2016. Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Edisi kedua. Rajawali. Jakarta.
- Imam Ghazali, 2016, Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam Ghazali. 2018. SPSS Statistik Nonparametrik. PT. Elex Media Komputindo Gramedia. Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2016. Hermawan Kartajaya in Marketing Mix seri 9 Elemen Marketing. PT Mizan Pustaka. Bandung.
- Kotler dan Keller. 2019. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler P dan G. Armstrong, 2017. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip. 2019. Marketing of Hospitality and Tourism. Pearson Education. New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Salemba Empat. Jakarta.
- Mudrajad, Kuncoro. 2019. Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Pitana, 1 Gede dan Putu G. G. 2020. Sosiologi dan Antropologi Pariwisata. Andi. Yogyakarta.

- Purbayu Budi Santosa,. 2017. Paradigma Penelitian Kualitatif. <http://images.purbayubs.multiply.multiplycontent.com>
- Sammeng, Andi Mappi. 2016. Cakrawala Pariwisata. Balai Pustaka. Jakarta.
- Sanusi, Anwar. 2016. Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Cetakan ketiga. Jakarta.
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan enambelas, CV Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, A. 2016. Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Cetakan ketujuh. Alfabeta. Bandung.
- Sunaryo, Bambang, 2018. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia. Gava Media. Yogyakarta.
- Suswanto, Gamal. 2017. Dasar- Dasar Pariwisata. Andi. Yogyakarta.
- Swastha, Basu, DH dan T. Hani Handoko, 2020, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, BPF. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandi, Ph.D dan Chandra Gregorius. 2016. Service, Quality Satisfaction, Edisi Ketiga. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 2018, Tours And Travel Marketing. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Zaenuri, Muchamad. 2017. Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi. e-Gov Publishing. Jogjakarta.

Daftar Jurnal

- Allysa, Nindia dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ozon Parfum Fragrance. Prosiding Manajemen.
- Alvendo Teguh Santosa. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Dan *E-Wom* Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung).

- Aminudin, Lucky. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosfir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Amirudin M Amin dan Rafiqah Fitri Yanti. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, *E-Wom*, Gaya Hidup, *Country Of Origin* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic.
- Bela Nur Handayani. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Internet First Media (Studi kasus pada pengguna jasa internet First Media di Komplek Perumahan Tomang City Garden Jakarta Barat).
- Fenny Arti Restanti, Andriani Kusumawati, Lusy Deasyana Rahma Devita. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab).
- Ikke Yuni Rakhmawati. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife.
- Irfan Aulia Syaiful, Ade Pungki Royani. 2020. Beli atau tidak? Peran *electronic word of mouth (E-Wom)* dan kepribadian merek terhadap keputusan pembelian pada merek kosmetik local.
- Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah dan Sri Herianingrum. 2020. Efektifitas Media Instagram Dan *E-Wom (Electronic Word Of Mouth)* Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian.
- Mutiara, Putu Nina Madiawati. 2019. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing.
- Nur Amalia. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).
- Nurul Qomariah. 2020. Pengaruh *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada restoran running korean *Street Food* di *Mall Plaza Mulia Samarinda*.
- Yulia Anggraini Puspitaningtyas dan Saino. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth (E-Wom)*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.