

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Adeliasari, Ivana, Thio Sienny. 2014. *Electronic Word Of Mouth dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Berkunjung di Restoran dan Kafe di Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Jasa, Vol 2 (4)
- Ardiyanto, N. S. (2017). *Pengaruh Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bondo Jepara)*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 53(12), 241– 253. <https://Docplayer.Info/149737612-Studi-Kasus-Pada-PengunjungObjek-Wisata-Pantai-Bondo-Jepara.Html>
- Babbie, Earl, (2004), *The practice of Social Research*, edisi 10, Wadsworth/Thomson Learning, USA.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (7th ed.)*. Pearson.
- Cooper, D. (1998). *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga.
- Dinas Kepemudaan, P. dan O. P. J. T. (2022). *Buku Statistik Jawa Tengah Dalam Angka Tahun 2021*.
- Evans, Dave. 2008. *Social Media Marketing*. Canada
- Goyette, et al, (2010), *E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Context, Journal of Administrative Sciences, Volume 27: 5-23*.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Karajaya, H. 2017. *Marketing In Challenging Times*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13, Jakarta, Erlangga
- Kotler, Amstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, dan keller, 2012, *Manajemen pemasaran, Edisis 12*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip Armstrong, dan Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran. Edisi Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Laksana, 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Liu, Y. 2006. *Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue*, *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications (4th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta. Salemba Empat
- Massie, Putri Claudia. 2022. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 10 No. 4 (2022): JE. VOL 10 NO 4 (2022)
- Mustikasari, Ati, Sri Widaningsih. 2016. *Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Wisata di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen Indonesia, Vol 16 (2).
- Naimah, J. 2017. *Pengaruh Digital Marketing, Produk Wisata, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Wisata Pantai Klayar di Kabupaten Pacitan)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 5(2). <http://repository.ub.ac.id/id/ep>
- Schiffman dan Kanuk (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, 2000
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Suryabrata, Sumadi. 2005. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Andi.

- Suwarduki, Puspa R. 2016. *Pengaruh Electornic Word Of Mouth terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (suvei pada followers aktif akun Instagram Indtravel yang telah mengunjungi destinasi wisata di Indonesia)*
- Wang, Ping. 2015. *Exploring the influence of Electronic Word Of Mouth on tourists' visit intention (A dual process approach)*. Journal of systems and Information Technology Vol. 17 4), 381 395
- World Travel & Tourism Council. (2022). *TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2022*.
- Yashinta Larasati. (2017). *Pengaruh Obyek Wisata, Usaha Perjalanan Wisata, dan Rumah Makan terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 1996-2015*. Universitas Sanata Dharma.