

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, Ivana, V., & Thio, S. (2019). Electronic Word-Of-Mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Manajemen Perhotelan*.
- Adi, P. (2018). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, Electronic Word of Mouth, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Pantai Menganti Kebumen*.
- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2019). Pengaruh Daya Tarik dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis, X*.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Press.
- Atsarina, A. I. N., & Nurcahyanto, H. (2016). *Strategi Pengembangan Pariwisata Taman Kyai Langgeng di Kota Magelang*.
- Bintari, E. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Agro Tanjungsari Kabupaten Wonosobo*.
- Fitriana. (2021). *Pengaruh E-WOM, Citra Destinasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Soko Langit, Wonogiri* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo].
<http://eprints.umpo.ac.id/7481/>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kiswanto, A. H. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lempoy, N. C. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap

- Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3, 1072–1083.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Materi, A. (2021). *13 Pengertian Hipotesis Menurut Para Ahli dan Definisi Secara Umum*. MateriBelajar.Co.Id. <https://materibelajar.co.id/pengertian-hipotesis-menurut-para-ahli/>
- Nurrohman, F. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Smartphone Merek Blackberry di Yogyakarta)*.
- Pertiwi, F. A. T. (2018). *Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konservasi (Studi pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen, Pasuruan)*. Universitas Sanata Dharma.
- Riantika, I. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Curug Sidoharjo*.
- Sari, T. (2021). Pengaruh Fasilitas, Electronic Word Of Mouth, Dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia.
- Setiawan, S. (2021). *Pengertian Perilaku Konsumen – Teori, Model, Ciri, Pendekatan, Para Ahli*. GURUPENDIDIKAN.COM. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-perilaku-konsumen/>
- Sirait, H. (2017). *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir* [Universitas Negeri Medan]. <http://digilib.unimed.ac.id/26739/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyana. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(No 2).
- Sumayang. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Yoeti. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Sederhana*. Denpasar.