

## DAFTAR PUSTAKA

- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890–899.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh E-Word. Of. Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 652–663.
- Cooper, C., Fketcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1995). *Tourism: Principles and practice*. Harlow: Pearson education.
- Dinas Pariwisata. (2019). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2018*.
- Dinas Pariwisata. (2020). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2019*.
- Dinas Pariwisata. (2021). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2020*.
- Dinas Pariwisata. (2022). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2021*.
- Dinas Pariwisata. (2023). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2022*.
- Dinas Pariwisata. (2023). *Buku Statistik Kunjungan Daya Tarik Wisata Tahun 2023*.
- Fan, Y.-W., Miao, Y.-F., Fang, Y.-H., Lin, R.-Y, 2013, "Establishing the Adoption of Electronic Word-ofMouth through Consumers' Perceived Credibility", *International Business Research* 6(3)
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 161–183. <https://doi.org/doi:10.1108/JAMR-05-2017- 0062>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS Semarang*. 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/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Filieri, R., Lin, Z., Pino, G., Alguezaui, S., & Inversini, A. (2021). *The role of visual cues in eWOM on consumers' behavioral intention and decisions*
- Harahap, S. A., & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Budaya Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kotagede. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(2), 118–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/jkh.2020.v04.i01.p02>
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management* (14eth Edit). England: E Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi Ke T). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangggga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Essex. Pearson Education, Inc.
- Manongga, D., Papilaya, S., & Pandie, S. (2009). Sistem Informasi Geografis Untuk Perjalanan Wisata Di Kota Semarang. *Jurnal Informatika*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/informatika.10.1.1-9>
- Prayogi, B., Dalimunthe, F. I., & Tondang, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Electronic Word Of Mouth, Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Lubuk Kertang, Kabupaten Langkat. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 1214–1219.
- Purwanti, N. D. (2014). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 2(3).

- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management And Business Review)*, 5(2), 251–264.
- Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Sleman: Deepublish.
- Rofiah, C. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi*. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 32-39.
- Subhiksu, I. B. K., & Utama, G. B. R. (2018). *Daya Tarik Wisata Museum Sejarah dan Perkembangannya di Ubud Bali*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)* (6th Ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan 22). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susilawati, H. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sindu Kusuma Edupark. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(2), 490029.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). *Promosi penjualan untuk membangun electronic word of mouth dan mendorong pengambilan keputusan pembelian*. Penerbit Lakeisha.
- Yolanda, F., Yuliana, Y., & Pramudia, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).
- Yuliyani, Y., & Suharto, S. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pinus Pengger Kabupaten Bantul. *Media Wisata*, 19(1), 42–56.

Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal TESLA: Perhptelan-Destinasi Wisata-Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.