

## Daftar Pustaka

- Adam, Muhammad. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arista, Inkky, Darsiharjo, dan Sri Marhanah. 2017. Pengaruh Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pulau Lengkuas Belitung. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 14, No. 1, pp. 33-37.
- Augusto, Celso., & Alberto, Carlos. 2008. *Word of mouth communications in marketing: a meta-analytic review of the antecedents and moderators*. Journal of Academic of Marketing Science.
- Basu DH Swastha dan Handoko T. Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Analisis Perilaku Konsumen. BPFE-UGM: Yogyakarta.
- Cooper, Donald R. dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis Jilid I Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Flagestad, A. and C. A. Hope. 2001. Strategic Success in Winter Sports Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective. *Journal of Tourism Management*, 22, 445-461
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartline, M. D., & Jones, K. C. 1996. Employee performance cues in a hotel service environment: Influence on perceived service quality, value and word of mouth intentions. *Journal of Business Research*, 35, 207-215.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari mulut ke mulut*, Yogyakarta, Media Pressindo.
- Hughes, Mark. 2007. *Buzz Marketing*. Jakarta: Elex Media Computindo.

- Hurriyati, Ratih. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Ifka Desy A. Sihaloho. 2012. Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap WOM pelanggan Garuda Indonesia (studi pelanggan di Depok).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- Kotler, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Ed 12. Jakarta: Indeks Media
- Kotler, John T. Brown, James C. Makens. 2009. *Marketing for hospitality and tourism*.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2012. *Marketing Management* (14ed). New Jersey : Pearson Education.
- Lamb, Charles W dkk. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi ke 1. Diterjemahkan oleh: David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Logiawan, Yenny dan Subagio, Hartono. 2014. Analisa Customer Value terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, no. 1, pp. 1-11.
- Mathieson, A. and G. Wall. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, USA: Long Man, New York
- Middleton, V. and Clarke, J. 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. 3rd Edition, Elsevier, Oxford.

- Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Parasuraman, A. (1997) *Reflections on Gaining Competitive Advantage through Customer Value*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25, 154-161.
- Pitana, dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rohim, Abdul dan Arvianto, Sonny. 2017. Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Word of Mouth dengan Customer Loyalty sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12. No. 1, pp. 83-94.
- Soekadijo, R. G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William J. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surgawi, Ilham dan Sutopo. 2016. Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Wisatawan dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 5, No. 4, pp. 1-10.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

- Sweeney, J.C. and Soutar, G.N. 2001. Consumer Perceived Value The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77, 203-220.
- Utami, Vania Karunia, Daniel Tanujaya dan Regina Jokom. 2015. Analisa Faktor yang Penting dari Dimensi Electronic Word of Mouth (EWOM) bagi Konsumen dalam Memilih Hotel di Situs Online Travel Agent (OTA). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 9 No. 2, pp. 78-86.
- Woodruff, R.B. 1997. The Next Source For Competitive Advantage. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 25. No. 2, pp. 135-158.
- Yoeti, Oka A. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas.
- Zakia, Sheila Zara, Naili Farida dan Widiartanto. 2016. Pengaruh Produk Wisata dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Intervening (Studi pada Obyek Wisata Colo Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No. 4, pp. 510-518.
- Zeithaml, Valarie A. 1988. *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*, 52(July), 2-22.
- Zeithaml, V.A. and M.J. Bitner. 2000. *Service Marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed). New York: McGraw-Hill.