

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, Silvita. 2017. Wisatawan Indonesia Peringkat 3 Paling Melek Digital di Dunia. <https://travel.kompas.com/read/2017/11/14/170400027/wisatawan-indonesia-peringkat-3-paling-melek-digital-di-dunia>. (diakses tanggal 4 Maret 2022)
- Angela, Saskia. (2021). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Online Customer Review dan EWOM terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Damarsiwi, E.P.M. and Wagini, W., 2018, September. Pengaruh *Electronic Worth of Mouth* dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pulau Tikus. *Seminar Nasional Royal (SENAR)* (Vol. 1, No. 1, pp. 480).
- Dinata, S.A.M., Mangabarani, A.S. dan Triwardhani, D., 2021. Analisis Purchase Intention pada *E-Commerce* (Studi Kasus pada Pengguna Sociolla di Kalangan Muda). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), pp.1077
- Hasan, A., dan Setiyaningtyas. N. W. 2015. Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*. Vol. 13, No. 1, 2015. Pp 224-238
- Herman. 2020. APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. <https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>. (diakses tanggal 4 Maret 2022)
- Hidayah. N. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: CV Alfabeta
- Jalilvand, Mohammad Reza & Heidary, Ali. (2017). *Comparing face-to-face and electronic word-of-mouth in destination image formation: The case of Iran*. *Information Technology & People*. 30. 00-00. 10.1108/ITP-09-2016-0204
- Kumalasari, R.D., Gutama, W.A. and Pratiwi, D.E., 2018. Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul. *Habitat*, 29(2), pp.65-75.

- Kurnia, N. D., dkk. 2018. Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS. Volume 8 No. 1. Pp 4 – 5
- Mahgpiroh, Aulia. (2017). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Studi Kasus pada Pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Narendra, A.N., dkk. 2018. Kepemilikan serta Pembentukan Modal Sosial oleh Wisatawan dalam Memilih *House of Sampoerna* sebagai Daya Tarik Wisata. Jurnal Pariwisata Pesona. Volume 04 No 1. Pp 67
- Nasrullah, Rulli. 2021. Manajemen Komunikasi Digital. Jakarta: Kencana
- Pahlevi Reza. 2022. Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022>. (diakses tanggal 4 Maret 2022)
- Purwanto, Joko. 2019. Komunikasi Bisnis. Jakarta: Erlangga
- Ramadani, D. dan Herdi, H., 2021. Studi Kepustakaan Mengenai Kinerja Guru Bimbingan Dan Konseling Dalam Perencanaan Program Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah. Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling, 7(1), pp.44.
- Romadhon, A.N., Widiartanto, W. dan Dewi, R.S., 2021. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Destination Image* terhadap *Decision to Visit* (Studi pada Pengunjung Owabong Water Park Purbalingga). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10(2), pp.996.
- Salsabilla, Dira. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Puncak Mas Lampung*. Skripsi. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Sari, V. M. (2012). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) di Sosial Media Twitter terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Universitas Indonesia

- Setiadi, A. 2016. Pemanfaatan Media Sosial untuk efektifitas komunikasi. Skripsi. AMIK BSI.
- Sinambela, L. P., dan Sarton. 2021. Metodologi Penelitian Kuantitatif (Teoretik dan Praktik). Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Sitindaon, Kornelius dan Mulyono. H. 2020. Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Panduan Wisatawan Pada Kabupaten Kerinci. Vol.5, No.1. Pp 127
- Sholikhah, N.I., 2018. *Pengaruh Travel Motivation dan Electronic Word of Mouth terhadap Niat Berkunjung Pada Pariwisata Syariah Pulau Santen Banyuwangi*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Stephanus Immanuel, Joshua. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Purchase Intention Toko Kopi Tuku Melalui Brand Image*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sugiyono. 2018. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suryadana, M. L., dan Octavia, V. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: CV Alfabeta
- Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(1).
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.