

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanita Yoanita Dwi, 2019. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Destinasi, dan Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan: Yogyakarta.
- Edri Salsa, 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Carocok Painan
- Irawan, 2019. Pengaruh *Physical Evidence Promotion dan Place* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Telaga Kermata Kabupaten Sumenep.
- Kiswanto, Nisa. 2016 Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Akhlak Anak. Jurnal Edukasi. Vol. II No. 1 Hal. 91-106
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. Principles of Marketing, 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta : Pt. indeks kelompok Gramedia
- Laura Debby, 2016. Pengaruh SoSial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Dki Jakarta
- Nilla Andrini 2020. Indonesia Traveler: Goa Napalicin Legendaris di Sumatera Selatan di akses Online 9 April <https://indonesiatraveler.id/goa-napalicin-goa-legendaris-di-sumatra-selatan/>
- Ratna ningrum Suwarduki , Puspa & Edy Yulianto & M. K. 2016, Pengaruh *electronic Word of Mouth* terhadap Citra Destinasi serta dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung. Jurnal Administrasi Bisnis , 3-4
- Sari Indah Wulan, 2018. Pengaruh Citra Destinasi Daya Tarik Wisata Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Berkunjung.
- Setiawan Mila, 2015. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
- Simamora, Bilson. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Paramitha, C. 2012. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner* (studi Kasus : PTXYZ). 12.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33, 2009, Pedoman Pengembangan

Ekowisata Daerah, Mendagri, Jakarta

Pramushinta dan Reny 2018. dampak pengembangan ekowisata terhadap kesejahteraan masyarakat dikabupaten Bengkayang : Jurnal Nasional Pariwisata Vol. 10. No. 1

Puntoadi, D. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta: PT. Elex Komputindo

Putra Edri Salsa, 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Carocok Painan: Padang.

Rahman Arief, 2019. Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing Dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) Pada Objek Wisata Alam Tangkahan Di Kabupaten Langkat.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. (diakses pada 18 April 2021)

Utama, I Gusti Bagus. 2016. Pengantar Industri Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish

Ventura Citra Yolanda, 2018. Pengaruh pengalaman Pengunjung Citra Deestikasi Dan sosial Media Melalui Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali PADA Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magentan: Jember

Verissimo, Medeia, dan Natalia Menezes. (2015). *Social Media as a Tool to Enhance Customer Experience In Hospitality Industri*. Revista Portuguesa de Marketing. Vol. 38, No. 34, pp. 23-30.

Warits Muhammad Ghozy, 2019. Citra Destinasi Pariwisata Saung Angklung Udjo Pada Wisatawan : Bandung

Yunita, Sara, 2019. Pengarung Kelompok Sosial, Media Sosial, Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan.