

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono. A. S. 2016. Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Tulungagung
- Cahyono. F. D., dkk. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Electronic Word-Of-Mouth* (eWOM) dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37, No. 1, 2016. Pp 148-157
- Dani. T. P., dan Thamrin. 2019. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung pada kawasan wisata mandeh. *Skripsi*. Universitas Negeri Padang
- Damarsiwi. E. P. M., dan Wagini. 2018. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan citra destinasi Terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke pulau tikus. *Skripsi*. Universitas Dehasen Bengkulu
- Fajri, A. N. 2019. Pengaruh Word Of Mouth dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. *Skripsi*. Politeknik Negeri Sriwijaya
- 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
- Hidayah. N. 2019. Pemasaran Destinasi Pariwisata. Bandung: CV Alfabeta
- Humaira.A., dan Wibowo. L. A. 2016. Analisis Faktor *Electronic Word of Mouth* (EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. Vol. 6, No. 2, 2016. Pp 1049-1060
- Jalilvand. M. R., dan Heidary, A. 2017. *Comparing face to face and electronic word-of-mouth in destination image formation: the case of Iran*. *Journal of Australian Catholic University*.
- Ardiyanto. N. S., dan Susanta. H. 2018. Pengaruh produk wisata dan *Electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Malita, L. 2011. Social Media Time Mangement Tools and Tips. *Procedia Computer Science* Volume 3, Pages 737-743
- Maryam, S. 2012. Pendekatan Swot Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang

- Riduwan. 2015. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: CV Alfabeta
- Sari, P. E., dkk. 2019. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Foto Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pasang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 10, No. 1, (2019). Pp 22-37
- Sari, V. M. 2012. Pengaruh *electronic word of mouth* (ewom) disosial media twitter terhadap minat beli konsumen. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Setiadi, A. 2016. Pemanfaatan Media Sosial untuk efektifitas komunikasi. *Skripsi*. AMIK BSI.
- Siregar, I. S. 2017. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sudaryono. 2019. Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. Depok: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryadana, M. L., dan Octavia, V. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: CV Alfabeta