

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12- 37.
- Andreansyah Bhramma Riezky. 2014. *"Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara"* Stesia : Surabaya.
- Akdon, Riduwan. (2007). *Rumusdan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Akhirson, Armaini dkk. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Universitas Gunadarma.
- Ali Hasan.2010. *Pengaruh word of mouth Marketing terhadap keputusan pembelian* Raynald. Universitas Maranatha Bandung.
- Ali, Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Amirul, Hadi & Haryono, H. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anastasioi, Bogdan. and Dospinescu, Nicolet. 2019. *Electronic Word-of-Mouth for Online Retailers: Predictors of Volume and Valence*. “Alexandru Ioan Cuza” University, Romania
- Andriani Kusumawati, Aprilia Fitri, Abdillah Yusri.2019. *Analisis Pengaruh Elektronik Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Kunjungan Niat. Dengan Tujuan Image Sebagai Variabel: Pengunjung Studi Dalam Negeri Museum Angkut Di Batu, Indonesia*. Malang : UB.
- APJII. (2017). *Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arioditha, Gugun, Dan Djuwendah, Endah. 2016. *Analisis Kepuasan Pengunjung Berkunjung Ke Agrowisata Dengan Konsep Edufarming Di PT. Jendela Alam Parongpong Kabupaten Bandung Barat Unpad* : Bandung.
- Ariyanto. 2005. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Astuti,S.N.D. Dan Yuliawati. 2018. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Di Agrowisata Kabupaten Semarang*. Universitas Kristen Satya Wacana : Salatiga Jawa Tengah.

- Bambang Prasetyo, Lina Mittahul Jannah, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Bataineh , Abdallah Q (2015) *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image*. International Journal of Marketing Studies.
- Brown, M. R., & Mazzarol, T. W. 2009. *The Importance of Institutional Image to Student Satisfaction and Loyalty within Higher Education*. Higher Education, 58, 81-95. doi: 10.1007/s10734-008-9183-8.
- Cahyono, Firman D. dan Kusumawati, A. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten\_shokudo)*. UB : Malang.
- Cakim, I. M. 2010. *Implementing Word of Mouth Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang Dan Jasa*, Kanisius, Yogyakarta.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. 2012. *What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms*. Decision Support Systems Vol. 53(1).
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research.
- De Bruyn, Arnaud, Gary L. Lilien. 2011. *A Multi-Stage Model of Word of Mouth through Electronic Referrals*. in eBRC Research Paper Series.
- Denny, A.R. dan Sri, S.. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus)*. Semarang:Undip.
- Dina, Riana Fitria. dkk. 2019. *Determinants of Behavioral Intention in Agrotourism Visiting*. Agricultural Science, Faculty of Agriculture, University of Brawijaya, Indonesia
- Engel. James F., Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad.1993. *Perilaku Membeli, edisi ke 6 jilid pertama* . Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono 2009, *Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh*, Yogyakarta : Andi Offset.

- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Farisa, Indri, Dkk., 2018. *Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)*. Untag : Surabaya.
- Gelb, B. D., & Sundaram, S. 2002. *Adapting to "word of mouse"*. *Business Horizons*, 45(4), 21-25.
- Ghozali, I. Latan, H. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldman, E. 2008. *Online word of mouth and its implications for trademarklaw*. In G.B. Dinwoodie & M.D. Janis (Eds.), *Trademark law and theorya handbook of contemporary research* (pp. 404–429). Cheltenham, UK:Edward Elgar.
- Gruen,T.W et al. 2006. *e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty*. *Journal Of Business Research*. Vol. 59. No.4, Pp. 449-456. <https://pdfs.semanticscholar.org/df1f/5ed9e72c73590060c1f3fb8f258065e73cae.pdf>.
- Hennig- Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?.* *Journal of Interactive Marketing*.
- I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata Yogyakarta* : CV Andi Offset.
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. 2012, *The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30.
- Jayadi1, Elizabeth K., Mahadewi, Ni Putu E., dan Mananda, I GPB. Sasrawan. 2017. *Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali*. Unud : Bali.
- Jeong, EunHa., Jang, SooCheong. 2011. *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word Of Mouth Motivation*. *International Journal of Hospitality Management*. 30 (2011) 356-366.

- Jeong, EunHa., Jang, SooCheong. 2011. *Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word Of Mouth Motivation*. International Journal of Hospitality Management. 30 (2011) 356-366.
- Jurnalistravel. 2017. *Kemenpar Bangun Digital Tourism pada 2017, Apa Itu?*. Dalam <https://www.jurnalistravel.com/kemenpar-bangun-digital-tourism-2017-apa/>. Diunduh pada Rabu, 27 November 2019 jam 20.09.
- Kerlinger, Fred N. & Howard B. Lee. 2000. *Foundations of Behavioral Research. 4 th Edition*. Florida: Harcourt Inc.
- Kiecker, P. & Cowles, D.L. 2001. *Interpersonal Communication and Personal Influence on The Internet: A Framework for Examining Online Word-of-Mouth*. Internet Applications in Euromarketing, Vol.11 No.2, pp.71-88.
- Kietzman,H.J & Canhoto,A. (2013). *Bittersweet! Understanding and managing electronic word of mouth* . Journal of Public Affairs, 13(2), 146-159.
- Koranti, Koms, Dkk, 2017. *Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng*. Universitas Gunadarma : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip,& Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2005. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kumalasari, R.D., Gutama, W.A. dan Pratiwi, D.E.. 2018. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul*. UB: Malang.

- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Lăzăroiu, George. dkk. 2020. *The Role of Electronic Word-Of-Mouth in Influencing Consumer Repurchase Intention in Social Commerce*. Romania.
- Leski Rizkinaswara. 2019. *Pariwisata Go-Digital, Transformasi Menuju Era Tourism 4.0*. dalam <https://aptika.kominfo.go.id/2019/03/pariwisata-go-digital-transformasi-menuju-era-tourism-4-0/>. Diunduh pada Rabu, 27 November 2019 jam 20.30.
- Lovelock, Christopher., Patterson, P. dan Wirtz, J. 2015. *Services Marketing: An Asia-Pasific and Australian Perspective, Sixth Edition, Pearson, Australia*.
- Maulidi , W.S. dan Pangestuti, E. 2019. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisata Muara Bengawan Solo, Gresik)*. UB : Malang
- Mcdaniel, Lamb dan Hair. 2001. *Pemasaran Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meyers, Koen. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen ( Jilid 1), Edisi Kelima*. Erlangga : Jakarta.
- Mustikasari, A. dan Widaningsih, S.. 2018. *Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kota Bandung*. Universitas Telkom :Bandung.
- Nicolaides, Angelo. 2014. *Service and quality and quality service: satisfyng customers in the hospitality industry*. School of Business Leadership, University of South Africa : South Africa .
- Nurhidayah dan Musadad. 2017. *Karakteristik Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Cipogas Kabupaten Rokan Hulu*. Unri: Riau.
- Nurisjah S. 2001. *Pengembangan Kawasan Wisata Agro (Agrotourism)*. Buletin Taman dan Lanskap Indonesia 2001. 4(2): 20-23.
- Pamulardi, Bambang. 2006. *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga)*. Semarang : Undip
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Poturak, Mersid. and Turkyilmaz, Merve. 2017. *The Impact of eWOM in Social Media on Consumer Purchase Decisions: A Comparative Study between*

*Romanian and Bosnian Consumers.* Universitas Burch Internasional, Sarajevo, Bosnia dan Herzegovina. Bosnia.

- Putranegara, R.I., Dan Pradhanawati, A. 2016. *Pengaruh Produk Wisatadan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Goa Pindul Yogyakarta).* Undip : Semarang.
- Sangadji, E.M dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat Edisi Revisi.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, F. dan Pangestuti, E.. 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon).* UB: Malang.
- Saryono. (2011). *Metodologi penelitian keperawatan.* Purwokerto: UPT. Percetakan dan Penerbitan UNSOED.
- Sastrayuda, Gumelar S. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata.* Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisure. [http://file.upi.edu.gumelar\\_s.go.id](http://file.upi.edu.gumelar_s.go.id) [15 April 2015].
- Seaton, A.V dan Bennet M. 1996. *The Marketing Tourism products: Concepts, Issues and Cases.* International Thomson Business Press: London.
- Smith D, Langfield-Smith K (2004) *Structural Equation Modeling in Management Accounting Research: Critical Analysis and Opportunities* Journal of Accounting Literature
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata.* Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suwarduki Ratnaningrum Puspa, dkk. 2016. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia)*. UB : Malang.
- Swastha, Basu, dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Syahrivar, Jhanghiz and Ichlas Andy Muhammad. 2018. *The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions?*. -Institut Teknologi Bandung : Bandung Indonesia.
- Tangkere, E.G. dan Sondak L. W. Th. 2017. *Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon*. Unstrat : Manado.
- Terence, A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I*,Erlangga.Jakarta.
- Tešić, Dejan. 2020. *Measuring dimensions of service quality*. University of East Sarajevo Faculty of Economics Brčko, Brčko, Bosnia and Herzegovina. Bosnia.
- Tunjungsari, K.R.. 2018. *Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional : Bali.
- Uma, Sekaran. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wandari, Kumadji, dan Kusumawati, 2014 *"Pengaruh City Branding"Shining Batu" Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Batu Tahun 2014"* UB: Malang.
- Wibisono, O.N., dan Widjaja, D.C.. 2017. *Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pisa Kafe Surabaya*. Surabaya :UKP.