

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. K., Hi, S., Jannah, M., Pd, M., Aiman, U., Pd, S., Hasda, S., Pd, M., Fadilla, Z., Taqwin, N., Kep, S., Kes, M., & Saputra, N. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Adeliasari, vina, ivana, & Thio, S. (2014). *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (e-WOM) DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN DAN KAFE DI SURABAYA*.
- Afroh, L. R., & Susanti, E. D. (2024). Dampak E-WOM terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kawasan Wisata Tunjungan Surabaya. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6556–6561. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.5228>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). *Statistik Pariwisata Kabupaten Jombang 2024*. Jombang: BPS Kabupaten Jombang
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goldsmith, R. E., & Horowitz, D. (2006). Measuring Motivations for Online Opinion Seeking. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 2–14. <https://doi.org/10.1080/15252019.2006.10722114>
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Hamzah, F., & Septiani, H. (2025). *PENGARUH EWOM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI ARUS LIAR ADVENTURE*. 7(1).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Marini, S., Rosdiana Aprilia, L., & Sakti Wibawa, I. (2022). Efektivitas Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 482–497. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.924>
- Mulyadi, M. (2011). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Ogston, S. A., Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1991). Adequacy of Sample Size in Health Studies. *Biometrics*, 47(1), 347. <https://doi.org/10.2307/2532527>

- Saepudin, E., Budiono, A., & Halimah, M. (2019). PENGEMBANGAN DESA WISATA PENDIDIKAN DI DESA CIBODAS KABUPATEN BANDUNG BARAT. *Sosiohumaniora*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.19016>
- Sari, A. D., Wijaya, N. M. S., & Negara, I. M. K. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA KE BALI ZOO PADA ERA NEW NORMAL. *Jurnal IPTA*, 10(2), 206. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2022.v10.i02.p03>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A. F., Sastri, L., Aswan, I. F., *et al.* (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrizal, H. S. (2019). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Widyanto, A. (2017). *PENGARUH E-WOM DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG*. 45.
- Wijayanti, A., Damanik, J., Fandeli, C., & Sudarmadji, S. (2019). Analysis of Educational Tourism Management at Smart Park, Yogyakarta, Indonesia. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 34(1), 11–23. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v34i1.2823>
- Wir yokusumo, M. Y. P., Wiranatha, A. S., & Suryawardani, I. G. A. O. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Brand Image, Trust dan Keputusan Berkunjung ke Kampung Tridi Malang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 332. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2021.v08.i01.p17>
- Yusendra, M. A. E. (2015). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN DESTINASI WISATA BAGI WISATAWAN DOMESTIK NUSANTARA*.