

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, U. N., dan Waluyo, M. (2020). Analisis Hubungan Faktor-Faktor *Electronic Word of Mouth* Dalam Proses. *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*. Vol 01. No 02. Hal 81–92.
- Aini, Z.B.N., Saroh, S., dan Krisdianto, D. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi). *Jurna Jiagabi*. Vol 10. No 01. Hal 132–139.
- Afroh, L. R., dan Susanti, E. D. (2024). Dampak *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kawasan Wisata Tunjungan Surabaya. *JIIP : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. Vol 07. No. 07. Hal 6556-6561.
- Alamsya, K., Setiantoro, W.T., Oeleu, J.J., Faisal, dan Utami, A.K. (2024). Analisis Program Layanan Pemesanan Perjalanan Digital Pada Aplikasi Agoda Dengan Metode Skala *Likert*. *Scientica : Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*. Vol 03. No 02. Hal 864-872.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., dan Irawati, L. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisep*. Vol 23. No. 01. Hal 43-51.
- Aprilia, F., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2015). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 24. No 01. Hal 1–6.
- Aprilia, L., Desi, Y. P., dan Purnomo, S. (2023). Pengaruh Konten *Review* Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif, Dan *Oto Driver*). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*. Vol 07. No 01. Hal 26–39.
- Arwanto, C. P. V., Nugraha, B. S., dan Widiyarta, A. (2020). Strategi *City Branding* Kota Surabaya *Sparkling* Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Perspektif*. Vol 09. No 02. Hal 322–328.
- Asrulla, Risnita, Jailani M. Syahrani, dan Jeka F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol 07. No. 03. Hal 26320-26332.
- Astuti, R., Ardila, I., dan Lubis, R.R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI : Auntansi, Manajemen, Ekonomi*. Vol 02. No 02. Hal 204-219.

- Bolang, E.H., Mananeke, L., dan Lintong, D.C.A. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatet Hill's Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*. Vol 09. No 01. Hal 1360-1370.
- BPK RI. (2025). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2025. *Badan Pemeriksaan Keuangan Republik Indonesia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Download/397044/UU%20Nomor%2018%20Tahun%202025>.
- BPS Jatim. (2025). Perkembangan Pariwisata Provinsi Jawa Timur Bulan Mei 2025. *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur*. <https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/02/717955/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-maret-2025.html>.
- BPS Surabaya. (2025). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Kota Surabaya, 2025. Badan Pusat Statistik Wilayah Surabaya. <https://surabayakota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMyMzNTc4/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kota-surabaya.html?year=2025>.
- Daruhadi, G. dan Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*. Vol 03. No 05.
- Darwel, Syamsul, M., Samad, M.A., Syakurah, R.A., Ngkolu, N.W., Lestari, P., dan Ramawati. (2022). *Statistik Kesehatan : Teori dan Aplikasi*. PT Global Eksekutif Teknologi. ISBN : 978-623-8004-86-7.
- Fadilla, A. R., Wulandari, P. A. 2023. *Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data*. *Mitita Jurnal Penelitian*. Vol. 01 No. 03, Hal: 34–46.
- Fatimah, A. N., dan Fatmayati, F, 2023, Pengaruh *Service Performance* dan Fasilitas *Baggage Conveyor Belt* terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Lion Air Dalam Pengambilan Bagasi di Bandar Udara Mopah Merauke. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 05 No. 01, Hal:224–242.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., dan A.D, You She Melly. (2021). *Word Of Mouth Marketing* Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah. *Jurnal Forum Ekonomi*. Vol 23. No 04. Hal 648-657.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

- Firmansyah D. dan Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: *Literature Review*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*. Vo. 01. No. 02. Hal 85-114.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). *E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hamzah, F., dan Septiani, H. (2025). Pengaruh *EWOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Arus Liar *Adventure*. *Jurnal Sains Manajemen*. Vol 07. No 01. Hal 46-55.
- Halim, R. N., dan Susanti, E. D. (2025). Pengaruh Dimensi *EWOM* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Edukasi KANSA. *CULTOURE : Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*. Vol 06. No. 02. Hal 33-43.
- Hidayati, A., Mauliza, A. N., Satria, A., dan Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa UIN RIL). Vol 02. No 02. Hal 173–189.
- Hidayat, D. F., Tosungku, L. O. A. S., dan Fathimahhayati, L. D. (2023), Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Servqual* Dan *Importance Performance Analysis* IPA Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*. Vol 09. No. 01, Hal: 167.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya , Faktor Sosial , Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akutansi (E-BISMA)*. Vol 01. No 02. Hal 99–107.
- Goyette, I., Ricard, L., dan Bergeron, J. (2010). *E-WOM Scale : Word of Mouth Measurement Scale for E-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. Vol 27. No 1. Hal 5–23.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Gerbang Media Aksara dan StiPrAm Yogyakarta.
- Istiqomah, N. H.(2023). Transformasi Pemasaran Tradisional Ke *E-Marketing*: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syaria Darussalam*. Vol 04. No 02. Hal 72-87.
- Jonathan, B., Negara, I.M., dan Wijaya, N.M.S. (2024). Analisis Pengaruh Jumlah Wisatawan Mancanegara Dan Nusantara Terhadap Pertumbuhan Biro Perjalanan Wisata Di Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*. Vol 12. No 1. Hal 31-42.

- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Delhi: New Age International (P) Limited, Publisher.
- Khotimah, I., dan Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol 10. No 02. Hal 1679–1688.
- Komaling, A. G., Mandey, S. L., dan Poluan, J. G. (2023). Dampak Periklanan *Online, E-WOM, Dan Content Marketing* Terhadap Keputusan Membeli Produk *Healthy Food* Di Manado Pada Masa *Newnormal*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol 11. No 04. Hal 827–837.
- Lamb, C. W., D, M. C., dan Hair Joseph F. (2006). *Marketing*. Thomson.
- Marini. S., Aprilia, L.R., dan Wibawa, I.S. (2022). Efektivitas Dimensi *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis*. Vol 06. No 02. Hal 482-497.
- Martias, L.D. 2021. Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *FIHRIS : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Vol 16. No 01. Hal 40-59.
- Muninggar, D.A., Ramadhini, A., dan Sanjaya, V.F. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*. Vol 03. No 01. 30-39.
- Muslihah, H. Yusuf, Loita A., dan Nurjanah D. Siti. (2022). Instrumen Penelitian Tindakan Kelas untuk Peningkatan Motorik Haus Anak. *Jurnal PAUD Agapedia*. Vol 06. No. 01. Hal 99-106.
- Mustikasari, Ayu dan Widaningsih, Sri. (2016). Pengaruh *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 16. No 02. Hal 95-103.
- Noviandi, A. (2021). Pengaruh *E-WOM (Electronic Word of Mouth)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Food & Beverage* Secara *Online* Pada Marketplace Tokopedia. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*. Vol 02. No 01. Hal 25-29.
- Noviyanti, M., Puspita, N., dan Firmansyah, R. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Di Instagram Terhadap *Destination Image* Di *Farmhouse Susu Lembang*, Bandung. *Jurnal Pariwisata*. Vol 06. No 02. Hal 30-43.
- Nurjaman, M., Sukomo, S., dan Basari, M. A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang

- Kaak Kabupaten Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*. Vol 03. No 02. Hal 123–131.
- Nursavira, dan Nurainun. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Zhalsa.Id Melalui Shopee. *Jurnal Visioner dan Strategis*. Vol 11. No 01. Hal 1–9.
- Nyoko, A.E.L., dan Samuel, A.D.D. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Muca Cafe Kupang). *Journal Of Management (SME's)*. Vol 14. No 01. Hal 63–76.
- Oley, D., Massie, J. D., dan Ogi, I. W. (2023). Pengaruh *EWOM (Electronic Word of Mouth)* di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol 11. No 02. Hal 78-89.
- Pandjaitan, M. (2024). *Explore Kota Lama Surabaya With Toerwagen. What's New Surabaya*. <https://whatsnewindonesia.com/surabaya/feature/experience-travel/explore-kota-lama-surabaya-toerwagen>.
- Patoppoi, B. (2024) . Menyusuri Kota Lama Untuk Mengingat Kebinekaan Surabaya. *Suara Surabaya*. <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2024/menyusuri-kota-lama-untuk-mengingat-sejarah-kebhinekaan-surabaya/>.
- Poernamawati, D. E. (2018). Analisis Dimensi *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(2), 127–137.
- Pradana, M. A. (2023). Dampak *E-WOM* terhadap Pembeli Shopee Jombang. *Business and Economic Publication*. Vol 01. No 01. Hal 30–40.
- Pradnyani, I.G.A.A., Atmaja, I.G.P.W., Rahayu, N., Anwar, A. (2025). Pengaruh Intensitas, Kualitas, Dan Sikap Atas Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ganec Swara*. Vol 19.No 01. Hal 176-183.
- Prihartini, D., dan Damastuti, R. (2022). Pengaruh *E-WOM* terhadap Minat Beli *Skincare* Lokal pada *Followers* Twitter @ohmybeautybank. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 04. No 01. Ha 56-67.
- Prihatiningrum, A. A., dan Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* pada Nasabah BJB Cabang Tangerang Menggunakan Metode *Servqual*. *Journal of Information System Research JOSH*. Vol. 03 No. 04. Hal 367–373.
- Putra, D. W. (2016). Identifikasi Kelestarian Kawasan Kota Lama Melalui Proteksi Bangunan Cagar Budaya Oleh Pemerintah Kota Surabaya. *Jurnal*

Pengembangan Kota. Vol 04. No 02. Hal 139-150.

Putri, dan Suhermin. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 11. No 04. Hal 1-21.

Qodriyah, H. L., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., Hidayatullah, S., dan Estikowati. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang *Smart Arena*. *Jurnal Dharmawangsa*. Vol 17. No. 02. Hal 752.762.

Ramadhany, V. A., dan Illahi, A. K. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* di Media Sosial terhadap Keputusan Menonton pada Film *Spider-Man*. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*. Vol 03. No 02. Hal 103–111.

Ramdan, A., dkk. (2021). Digital Marketing Calendar Untuk Bisnis Kuliner: Pendampingan Sosial Media Instagram @Inidapurmakwaw Untuk Keberlangsungan Di Era New Normal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*. Vol 03. No 02. Hal 121-135.

Riadi, S., Normelani., Bachri, A.A., Hidayah, N., dan Sari, Y.P. (2020). Rancangan Atraksi Wisata Edukasi Di Kampung Hijau Kota Banjarmasin. *JPIPS: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengerathuan Sosial*. Vol 07. No 01. Hal 37-44.

Rivero, V., dan Facrura, D. (2024). Pengaruh *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Sejarah Jakarta. *Journal of Culinary, Hospitality, Digital dan Creative Arts and Event*. Vol 02. No 02. Hal 63–71.

Sabir M. dan Sandy, Stepanus. (2022). *Marketing Mix* dengan Pendekatan SEM-PLS. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol 07. No. 11. Hal 15426-15436.

Sabri, Syarifudin, dan Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Jurnal GPJER : Gajah Putih Journa Of Economics Review*. Vol 04. No 01. Hal 112-126.

Salsabila, S., dan Nathalia, T.C. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah Pasca Revitalisasi. *Jurnal Of Tourism And Economics*. Vol 02. No 02. Hal 195-206.

Saraswati, N.G.N., Widana, I.B.G.A., dan Liestiadre, H.K. (2024). Pengaruh *E-WOM* Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Gen Z Ke Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Canggü. *Jurnal Pariwisata dan Kreativitas*. Vol 08. No 01. Hal 74-83.

- Sari, A. D., Wijaya, N. M. S., dan Negara, I. M. K. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Bali Zoo Pada Era New Normal. *Jurnal IPTA*. Vol 10. No 02. Hal 206-213.
- Sari, P. R., dan Suprajang, S. E. (2020). Analisis Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus pada Wisata Hutan Pinus Gogoniti, Kabupaten Blitar). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*. Vol 5. No 02. Hal 143–154.
- Sianipar R. Uli, Sidabutar R., Siregar G. N. Sauduran. (2022). Pengaruh Perhatian Orang Tua Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. Vol 02. No. 02. Hal 427-436.
- Subhaktiyasa, P.G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurna Ilmia Profesi Pendidikan*. Vol 09. No 04. Hal 2721-273.
- Susilowati, D., dan Santoso, T. (2021). Analisa Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Profitabilitas*. Vol 01. No. 02. Hal 95-101.
- Syaputri, A.Z., Fallenia, F.D., dan Syafitri,R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. Vol 02. No 01. Hal 160-166.
- Tamala, J. S. (2018). Pengaruh *Hedonic Motivation Promotion* Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 07. No 02. Hal 1-18.
- Tiarani, S., Sutanto, A., dan Prihatini, A. E. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Pantai Pasir Kencana). *JLAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*. Vol 12. No. 02. Hal 639–648.
- Trimulyani S. Dan Herlina N. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon, dan *Brand Ambassador* terhadap Pembelian Impulsif pada Lazada di Masa Pandemi Covid-19. *Liaison Journal of Best*. Vol. 01. No. 02. Hal 47-58.
- Triyanto, E., Sismoro, H., dan Laksito, A. D, 2019, Implementasi Algoritma Regresi Linear Berganda Untuk Memprediksi Produksi Padi Di Kabupaten Bantul. Vol. 04. No. 02. Hal 73–86.
- Yakup, A.P., dan Haryanto, T. (2019). Pengaruh Pariwisata Terhadap pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Bina Ekonomi*. Vol 23. No 2. Hal 39-47.
- Yosandri, B. Dan Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di

Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *Edu Turisma : An International Journal of Tourism and Education*. Vol 07. No 01. Hal 1-23.