

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Kuncoro, Engkos dan Ridwan. (2018). *Analisis Jalur (Path Analisis)*. Edisi kedua. Bandung : Alfabeta
- Adeliasari, Ivana, V., dan Thio, S. (2014). *Electronic Word Of Mouth (Ewom) dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. Manajemen Perhotelan UKP*. 2 (2).
- Aprilia, Fitri dkk. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu"*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)
- Arsita, Eny Eva. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Surabaya". Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII). Profil pengguna internet di Indonesia tahun 2019 (online). Diakses pada tanggal 3 Januari 2019.
- Aviolitasona, Gheraldin Bella. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging Boyolali*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Bataineh, Abdallah Q. (2015). *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 1; 2015. Published by Canadian Center of Science and Education*
- Bougie, & Sekaran. (2013). Edisi 5, *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley @Sons.
- Dewi Scoria Novrisa, (2013). "Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap Perilaku Pasca Berkunjung Wisatawan Nusantara". Edisi 1-7. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, t. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Djaslim, Saladin. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung: CV. Linda Karya

- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang. BP.Undip.
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21 Edisi ketujuh. Semarang : Universitas Diponegoro
- Goyette, I, Richard, L, Bergeron, J & Marticotte, F. (2010). *e-WOM scale word-of-mouth measurement scale. For E-services content, Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hasan Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Cetakan 1. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kurniasari, Hernita, dkk. (2019). ”*Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran*”. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Jurnal*. Vol. 1, No. 3, Juli-September 2019, hal 1 – 16. Surabaya: STIKOM
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. (2011). *Destination Image: Origins, Developments and Implications*. *Revista de*
- Mulyati, Yofina dkk. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukittinggi*. Universitas Dharma Andalas: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas*
- Nugraha, Marza Riyandika. (2013). *Analisa Pengaruh Electronic Word of Mouth, Argument Quality, Message Source Credibility Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Purchase Intention*. Universitas Bima Nusantara.
- [Paludi, Salman. \(2017\). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth \(E-Wom\) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi\(PBB\)Setu Babakan. Jakarta Selatan. Pada Konsumen Kafe Bernuansa Outdoor Di Kota Malang. Universitas Yudharta Pasuruan: Jurnal Sketsa Bisnis](#)
- Rofiah, Chusnul. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*. Vol. 3 No. 1, Januari 2020-Juli 2020

- Sari, Funkiya dan Edriana Pangestuti. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung* (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.54 No.1 Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Sari, Putri Embun dkk. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Foto Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Padang*. Padang: Universitas Dharma Andalas
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitati (Menggunakan Prosedur SPSS) Tuntutan Praktis Dalam Menyusun Skripsi*. Jakarta :Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building approach. Sixth Edition*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Susilawati, Heni. (2017). “*Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sindu Kusuma Edupark*.” *Jurnal Khasanah Ilmu* 8 (2): 32–38.
- Swastha, Dharmmesta, dan T. Hani Handoko. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan ke IV. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yofina Mulyati, Haryeni, & Masruri. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas* , Vol. 20 No. 1.
- [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker). Diakses 2 Februari 2020
- <https://www.liputan6.com/teknologi/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>. Diakses 2 Februari 2020

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>. Diakses 2 Februari 2020 <https://magetankab.bps.go.id/publication/2019/08/16/31718fe473841cfe68395f17/kabupaten-magetan-dalam-angka-2019.html>. Diakses 2 Februari 2020

<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. Diakses 2 Februari 2020

<https://travelingyuk.com/taman-genilangit-magetan/116176>. Diakses 2 Februari 2020

<https://www.hipwee.com/travel/taman-wisata-genilangit-spot-wisata-instagramable-di-magetan-cocok-buat-liburan-akhir-pekan/>. Diakses 2 Februari 2020

<https://jatimnow.com/baca-20070-mengenal-wisata-geni-langit-magetan-spot-foto-alanegeri-sakura>. Diakses 2 Februari 2020

<https://jatim.antaranews.com/berita/273762/taman-bedengan-genilangit-tempat-wisata-baru-yang-wajib-dikunjungi>. Diakses 2 Februari 2020

<https://www.datawisata.com/genilangit-poncol-magetan>. Diakses 2 Februari



