

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53–59.

Andriani, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ekonomi Dan Manajemen, February 2020*, 1–23.

Arikunto, S., 1998. Pendekatan Penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*.

Auliya, Z. F., Auliya, Z. F., & Pertiwi, I. F. P. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Travel Motivation toward the Interest in Visiting Lombok, Gender as a Mediator. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(2), 201–218.

Auliya, Z. F., Auliya, Z. F., & Pertiwi, I. F. P. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Travel Motivation toward the Interest in Visiting Lombok, Gender as a Mediator. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(2), 201–218.

Fajar Permadi & Nanang Suryadi. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan*. 1–18.

Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). *e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context* *. 23, 5–23.

Hanafia, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(3), 347–364.

Hidayah, A. N., & Widanti, E. M. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Berwisata Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 279–287.

Ingram, C., Caruana, R., & McCabe, S. (2017). PARTicipative inquiry for tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 65(April 2017), 13–24.

Jiwandono, D., & Kusumawati, A. (2020). Pengaruh eWOM Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Melalui Attitude , Subjective Norms, Dan Perceived Behavior Control. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis, Special Is*, 1–14.

Karayilan, E. and Cetin, G. (2016), "Tourism Destination: Design of Experiences", Sotiriadis, M. and Gursoy, D. (Ed.) *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*, Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 65-83.

Lee, C., & Chen, C. H. (2016). The impact of destination image, attitude, and perceived value on tourist satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 123-133.

Lestari, R., & Dewanti, D. S. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2017). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 95.

Olya, H.G., Bagheri, P. and Tümer, M., 2019. Decoding behavioural responses of green hotel guests: A deeper insight into the application of the theory of planned behaviour. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), pp.2509-2525.

Pasaribu, K., & Yuliawati. (2019). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(2), 99–112.

Permadi, F., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan (Studi pada Pengunjung Situs Tokopedia.com). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Universitas Brawijaya

Purnama, N., & Marlana, N. (2022). Pengaruh eWOM dan harga terhadap niat berkunjung kembali pada Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Universitas Negeri Surabaya

Prayogo, R.R. and Kusumawardhani, A., 2017. Examining relationships of destination image, service quality, e-WOM, and revisit intention to Sabang Island, Indonesia. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 5(2), pp.89-102.

Ramadhanti, D., & Marsasi, E. G. (2023). The Influence of Attitudes and Halal Perceptions on Intention to Visit Halal Tourism Destinations. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 54.

Suwarduki, Puspa R., et al. "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)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, vol. 37, no. 2, 29 Aug. 2016, pp. 1-10.

Widyanto, A. and Pangesti, E., 2017. *Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawai Waterpark Malang)*. Brawijaya University.