

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Sultan *et al.*, “Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Januari 2023,” *Kememparekraf.Go.Id*, vol. 2022, no. Irts 2008, p. 1, 2023.
- [2] A. G. Arsyalan and M. Ariyanti, “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Oleh Masyarakat Bandung,,” 2019.
- [3] S. Putri Sari, “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen,” vol. 8, no. 1, pp. 147–155, 2020.
- [4] E. O’keefe-Smith, “Abstract Social Media Strategies that Lead to Success in the Film Industry.”
- [5] A. Maghipiroh, “Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Studi kasus pada pengunjung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango),” 2016.
- [6] M. Riadi, “*Electronic Word of Mouth* (eWOM),” *KajianPustaka*, no. pemasaran, 2023.
- [7] I. Goyette, L. Ricard\*\*, J. Bergeron, and F. Marticotte, “e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context\*,” *Canadian Journal of Administrative Sciences*, vol. 27, no. Revue canadienne des sciences de l’administration, pp. 5–23, 2010.
- [8] B. D. Prasetyo *et al.*, *Komunikasi pemasaran terpadu: (pendekatan tradisional hingga era media baru)*, 1st ed. Malang: Malang: UB Press, 2018, 2018.
- [9] E. H. Jeong and S. C. S. Jang, “Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations,” *Int J Hosp Manag*, vol. 30, no. 2, pp. 356–366, 2011, doi: 10.1016/j.ijhm.2010.08.005.
- [10] E. Ismagilova, E. L. Slade, N. P. Rana, and Y. K. Dwivedi, “The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis,” *Information Systems Frontiers*, vol. 22, no. 5, pp. 1203–1226, Oct. 2020, doi: 10.1007/s10796-019-09924-y.
- [11] Ismayanti, *Dasar-Dasar Pariwisata*. 2020.
- [12] “Undang-Undang Republik Indonesia,” p. 10, 2009.
- [13] P. Nasrullah *et al.*, *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [14] P. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2004.

- [15] M. Kabu, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisata Ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan,” 2019.
- [16] A. A. Hidayanti and L. Masyhudi, “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur,” *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 1, no. 2, pp. 129–144, 2020.
- [17] A. H. Kiswanto, “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang,” *Jurnal Nasional Pariwisata*, 2011.
- [18] P. R. Suwarduki and E. Yulianto, “Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra destinasi serta dampaknya pada niat dan keputusan berkunjung (survei pada followers aktif akun instagram),” *Jurnal*, vol. 16, no. 2, pp. 1–10, 2016.
- [19] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*, 5th ed. Semarang: Univ. Diponegoro Press, 2014.
- [20] S. P. Sari, “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen,” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, vol. 8, no. 1, p. 147, 2020, doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- [21] A. Hikmah, R. Suharyono, and S. Kumadji, “Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisatawan Kota Surabaya 2015),” 2015.
- [22] J. Sarwono, “Pengertian Dasar *Structural Equation Modeling* (SEM),” 2012.
- [23] S. Monalisa, P. P. Anggara, and F. Kurnia, “Analisis Kesuksesan Penerapan Sistem Administrasi Akademik Menggunakan Human Organization Technology Fit Model,” *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, vol. 4, no. 1, pp. 36–41, 2018.
- [24] J. Henseler *et al.*, “Common Beliefs and Reality About PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013),” *Organ Res Methods*, vol. 17, no. 2, pp. 182–209, 2014, doi: 10.1177/1094428114526928.
- [25] A. Juliandi, “Modul Pelatihan *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS) Dengan *SmartPLS*,” 2018, doi: 10.5281/zenodo.1243777.
- [26] A. G. Suci, “Dampak Inovasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Peningkatan Nilai Pelanggan di Stasiun Kereta Api,” 2018.
- [27] A. Arfian and A. Yoraeni, “Analisis Faktor Siswa Menggunakan *M-Learning* Dengan Metode *Structural Partial Least Square*,” vol. 14, 2019, [Online]. Available: [www.nusamandiri.ac.id](http://www.nusamandiri.ac.id)

- [28] V. Giovanni and M. Ie, “Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan di Industri Kreatif,” *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, pp. 232–242, Jan. 2022.
- [29] P. Kannaya, “Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan Pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon”.
- [30] I. Khotimah and R. Sulistyowati, “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)*, 2022.
- [31] I. Wani, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan *Destination Image* Wisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata Ke Kota Banda Aceh,” 2021.
- [32] S. Janti, “Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen,” *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 2014.
- [33] T. Samsuri, “Kajian Teori, Kerangka Konsep, Dan Hipotesis Dalam Penelitian,” 2003.
- [34] R. Susanti, “Sampling Dalam Penelitian Pendidikan.” [Online]. Available: <http://www.pustekkom.go.id>
- [35] W. Abdillah and B. U. Jogiyanto Hartono, “Konsep dan aplikasi structural equation modeling (SEM) berbasis varian dalam penelitian bisnis.”. 2020.
- [36] N. A. Prastyo, A. Suharto, and W. M. Tyas, “Pengaruh e-WOM (*Electronic Word of Mouth*) dan Harga Terhadap Minat Beli pada Online Shop,” 2018.
- [37] N. Nurbaeti, M. Rahmanita, H. Ratnaningtyas, and A. Amrullah, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 10, no. 2, p. 269, Aug. 2021, doi: 10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456.
- [38] A. Fajrin, G. Wijayanto, and S. Kornita, “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar,” *Jurnal Ekonomi KIAT*, vol. 32, no. 1, 2021, [Online]. Available: <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>