

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas , N. A. (2014). Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study . *International Business Research*, Vol. 7, No. 1.
- Alfiyah , N., & Ida , M. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal 4*, ISSN 2252-6552 .
- Amron, A. (2018). Effects Of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product . *Archives of Business Research*, Vol.6, No. 4.
- Arizqy , H., Sunarti, & Edriana , P. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Pemeditasi (Survei pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu) . *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol. 40 No.1 .
- Fitri , A., Srikandi , K., & Andriani , K. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 24 No. 1 .
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 U[date Bayesian SEM*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ilham , R., & Hari , S. (2016). Pengaruh Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar) . *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Mohammad , R. H., Manizheh , G. C., Akram , H. M., & Sirous , S. (2016). Proposing A Model Of The Effect Of Word Of Mouth On Destination Image Of Tourists And Travel Intention . *International Journal of Asian Social Science* , 108-119 .
- Peter, , & J. Paul dan Jerry C. O lson. (2013). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. E. Dialih bahasakan oleh Damos Sihombing. : Jakarta: Erlangga.
- Prima, C. P., Srikandi, K., & Andriani, K. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Dapoer

- Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol. 10 No. 1 .
- Prof., A. F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Dipenegoro.
- Puspa , R. S., Edy , Y., & M. , K. M. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinai Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia) . *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol. 37 No. 2 .
- Putu , Y. S., Eka , A. T., Armanu., & Noermijati . (2014). The Effect of e-WOM on Destination Image, Satisfaction and Loyalty . *International Journal of Business and Management Invention* , Volume 3 Issue 1.
- Kotler, & Philip and Kevin Lane, Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, & Philip and, Kevin Lane Keller,(2012). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 & 2*. PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, & Philip and, Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management, (16th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall Published.
- Ratna , A. P., Naili , F., & Reni , S. D. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* .
- Rizky , P., Widiartanto, & Sari , L. (2016). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang) . *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Rendi , G. W., & Widayanto. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Destination Image(Studi Kasus pada Wisata Grand Maerakaca Semarang).
- Sabrina , R. C., & Naili , F. (n.d.). Pengaruh Destination Image, Fasilitas Wisata, Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intentions(Studi Pada Pengunjung Taman Wisata Kopeng). *Administrasi Bisnis*, 2018.

- Sang Putu , A. P. (2017). Pengaruh E-WOM Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Dan Loyalitas (Studi pada kunjungan wisatawan di DIY). *ISSN 0852-1875 / ISSN (Online)*, Vol. 29 (2): 176-200.
- Sayyed Mohsen Allameh , a., Akbar , J., Reza , S., & Hassan , A. (2016). Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions The Role And Effect Of Destination Image, Perceived Quality, Perceived Value And Satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 2.
- Schiffman, & Leon dan Leslie , L.Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sheila , Z. Z., Naili, F., & Widiartanto. (2016). Pengaruh Produk Wisata , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Colo Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* .
- Verissa , R. K., & Naili , F. (2016). Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor) .