

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, D. (2018). *Analisis Pengaruh City Branding dan Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung ke Sukabumi*. 1–168. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/38686/1/MAHDA\\_NURHAMIDAH-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/38686/1/MAHDA_NURHAMIDAH-FEB.pdf)
- Aini, Z. B. N., Saroh, S., & Dadang Krisdianto. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 132–139.
- Anggun Dwi Novitasari, Awin Mulyati, N. M. I. P. (2019). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI JATIM PARK 3 Anggun Dwi Novitasari, Awin Mulyati, Ni Made Ida Prstiw Program Studi Administrasi Bisnis-Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Dinamika Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–20.
- Bahari, adi faisal, & Ashoer, M. (2012). *Ekowisata*. 5(1), 69–78.
- Gautama, budhi pamungkas, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. [http://feb.untagsmg.ac.id/slims/index.php?p=show\\_detail&id=74](http://feb.untagsmg.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=74)
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. (2016). PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia widiasarana indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=cSZDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=tegfZzWrWW&dq=Hery%2C S. E. \(2019\). Manajemen pemasaran. Gramedia widiasarana indonesia.&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Hery, S. E. \(2019\). Manajemen pemasaran. Gramedia widiasarana indonesia.&f=false](https://books.google.co.id/books?id=cSZDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=tegfZzWrWW&dq=Hery%2C%20S.%20E.%20(2019).%20Manajemen%20pemasaran.%20Gramedia%20widiasarana%20indonesia.&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Hery,%20S.%20E.%20(2019).%20Manajemen%20pemasaran.%20Gramedia%20widiasarana%20indonesia.&f=false)
- Huda, K., Rachma, N., & Hufon, M. (2019). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN PENGARUH CITRA DESTINASI, PRODUK WISATA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE WISATA COBAN JAHE*. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Hutasoit, N., Harlen, H., & Harahap, A. (2016). PENGARUH JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN JUMLAH HUNIAN HOTEL TERHADAP PENERIMAAN SUB SEKTOR PDRB INDUSTRI PARIWISATA DI PROVINSI SUMATERA UTARA TAHUN 2004-2013. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 647–660.
- Indahsari, D., Nurhajati, & Basalmah, M. ridwan. (2020). *Pengaruh Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Cafe Sawah Desa Pujon Kidul Kabupaten Malang)*. 168–184.

- Jumanto, I. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN, LAMPUNG*. 6, 5–9.
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 158–174. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; Alih Bahasa Bob Sabran. *Jurnal Manajemen Dan Enterpreneurship*.
- Kotler, Philip, & Keller. (2012). *Strategi Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, Philips. (2018). marketing for hospitality and tourism. *Jurnal Internasional*, 681.
- Krisdianto, K. Y. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Dan Harga Serta Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Papuma Jember. In *Repository.Unej.Ac.Id*. [https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/101347%0Ahttps://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/101347/Kurniawan Yuda Krisdianto-150810201159 Sdh.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/101347%0Ahttps://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/101347/Kurniawan%20Yuda%20Krisdianto-150810201159Sdh.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Kurniasari, H., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2019). *Destination Image Dan Destination Branding*.
- Kusiawati, D. (2017). Pendidikan Luar Sekolah , Universitas Pendidikan Indonesia Pendidikan Luar Sekolah , Fakultas Ilmu Pendidikan , Universitas Negeri Malang. *Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 59–72.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027>
- Lukiana, N. (2018). Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Analisis Strategi Promosi Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang). *STIE WidyaGama Lumajang*.
- Mahgpiroh, A. (2017). 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). *Jurnal Manajemen*, 14(1), 55–64.
- Muljaidi, D. A. J. M. (2019). *Kepariwisata Dan Perjalanan Edisi Revisi*. <http://repo.iainbatuankang.ac.id/xmlui/handle/123456789/11330>
- Nafis, R. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 40–45.
- Nurisa, sidabutar. (2016). *Pengaruh Destination Branding, Media Sosial, Wisata Kuliner dan Wisata Belanja terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Y ke Kota Bandung*. B. July, 1–23.
- Pradana, G. Y. K. (2019). Sosiologi Pariwisata. *STPBI Press*, 1(1), 1–88. [www.academia.edu/42858001/Sosiologi\\_Pariwisata](http://www.academia.edu/42858001/Sosiologi_Pariwisata)
- Rahardipa. (2016). *ANALISIS PROGRAM DESTINATION BRANDING PROVINSI NUSA TENGGARA Kata Kunci : Pariwisata , Nusa Tenggara Barat , Destination Branding , Lombok , Gunung Rinjani . Pendahuluan Provinsi Nusa Tenggara Barat terdiri dari dua Pulau yaitu Pulau Lombok dan Pulau Sumb.*
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A. (2019). Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa

- Timur. *Keywords in Qualitative Methods*, 2017, 1–10.
- Rizkiarta. (2020). *Pengaruh Viral Marketing, City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Banyuwangi*.
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.14>
- Said, M. Y. S. dan M. (2015). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).
- Sihite, R., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2016). PENGARUH CUSTOMER VALUE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Pantai Balekambang, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(1), 112–118.
- Silverman, G. (2011). *The Secrets Of Word Of Mouth Marketing : how to trigger exponential sales through runaway word of mouth* (second edi). [https://books.google.co.id/books?id=TdaabJvCTYMC&lpg=PR5&ots=NzY\\_5Bf5Vx&lr&hl=id&pg=PA83#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=TdaabJvCTYMC&lpg=PR5&ots=NzY_5Bf5Vx&lr&hl=id&pg=PA83#v=onepage&q&f=false)
- Simatupang, S., Butar-butur, M., & Nainggolan, C. D. (2021). *KONSEP DESTINATION BRANDING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE AIR PANAS*. 6(1), 10–18.
- Som, A., & Badarmeh, M. (2011). Kepuasan Wisatawan Dan Kunjungan Ulang. *Jurnal Intrnasional Ilmu Manusia Dan Sosial*, 6(1)/1106-.
- sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi (Di lengkapi dengan metode R&D)* (S. . nuryanto, apri, S.Pd. (ed.)). ALFABETA, CV.
- Utama, D. I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata* (A. Ari.c (ed.)). [https://books.google.co.id/books?id=31JLDwAAQBAJ&lpg=PA37&ots=4tuAXomATY&dq=Utama%2C I. G. B. R. \(2017\). Pemasaran Pariwisata. Penerbit Andi&lr&hl=id&pg=PA58#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=31JLDwAAQBAJ&lpg=PA37&ots=4tuAXomATY&dq=Utama%2C I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata. Penerbit Andi&lr&hl=id&pg=PA58#v=onepage&q&f=false)
- Yusuf, M., Keputusan, T., Berkunjung, W., Syariah, P., Provinsi, D., Barat, S., Bauran, P., & Dan, P. (2020). *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*.