

DAFTAR PUSTAKA

- Absharina, D., and Karmilasari. 2021. The Influence Of Electronic Word Of Mouth On Revisit Intention To Bali. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 10(4), 350-358.
- Cetinsoz, B. C., and Ege, Z. 2013. Impacts of Perceived Risk on Tourist Revisit Intention. *Anatolia : An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(2), 173-187.
- Chew, E. Y. T., and Jahari, S. A. 2014. Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40(0), 382-393.
- Elvera. 2020. *Pemasaran Pariwisata : Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*. Scopindo Media Utama.
- Farrukh, M., Shahzad I. A., Sajid, M., Sheikh, M. F., and Alam, I. 2020. Revisiting the intention to travel framework in the perspective of medical tourism: The role of e Wordof-mouth and destination image. *International Journal of Healthcare Management*, 15(1), 1-8.
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, S. S., Istiqomah, N., Primadesti, R., Fauzia, F., Tobing, S. N. L., Permadi, A. H., Maghfiroh, S. L., Akbar, Z. A., Wibisono, S. P., Maslulah, Ariyanto, B. D., Ansori, A. G., Syaivudin, A. T. F., Juliandari, N. 2022. *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Hamzah, L.M.; Awaluddin, I., dan Maimunah, E. 2016. Pengantar Statistika Ekonomi. Bandar Lampung: AURA (Anugrah Utama Raharja).
- Hasan, A. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hashim, N. A. A. N., Yusoff, A. M., Awang, Z., Aziz, R. C., Ramlee, S. I. F., Bakar, N. A., Noor, M. A. M., and Fatt, B. S. 2019, The Effect of Domestic Tourist Perceived Risk on Revisit Intention in Malaysia. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(10), 4591-4596.
- Hudiono, R. 2022. Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.
- Isdarmanto. 2017. *Dasar – Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.

- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., dan Williams, M. D. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Switzerland: Springer.
- Juliandi, A., Irfan, dan Manurung, Saprihal. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. England : Pearson Education Limited.
- Kusumah, A. H. G., Abdullah, C. U., Turgarini, D., Ruhimat, M., Ridwanudin, O., dan Yuniawati, Y. 2021. *Promoting Creative Tourism Current Issues in Tourism Research*. Bandung: CRC Press.
- Lestari, L. M., Gelgel, N. M. R. A., Pradipta, A. D. 2017. Motif Mengunggah Foto Selfie ke Dalam Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja SMAN 1 Denpasar. *E-Jurnal Medium*. 1(1), 1-9.
- Lu and Yun, H. 2018. The Impacts of Perceived Risk in Senior Travel: Exploring the Moderating Roles of Destination Image and Involvement. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management (GRRTHLM) An Online International Research Journal*, 4(1), 521-530.
- Machin, D., Campbell, M. J., Tan, S. B., dan Tan, S. H. 2009. *Sample Size Tables for Clinical Studies*. Chichester: Wiley Blackwell.
- Nazir, M. U., Yasin, I., and Tat, H. H. 2021. Destination Image's Mediating Role Between Perceived Risks, Perceived Constraints, And Behavioral Intention. *Heliyon*, 7(7), 1-11.
- Ramli, M. F., Rahman, M. A., and Ling, O. M. 2020. Do Motivation And Destination Image Affect Tourist Revisit Intention To Kinabalu National Park During COVID-19 Pandemic Recoveryphase?. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(6), 1624-1635.
- Rochiyardi, A. 2021. *Ide dan Pemikiran Inspiratif Untuk Kepariwisata Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G., dan Wisenblit, J. L. 2015. *Consumer Behavior Eleventh Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L., dan Octavia, V. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ALFABETA.
- Suwena, I. K., dan Widyatmaja, I. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali : Pustaka Larasan.
- Utama, I. G. B. R. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

Utama, I. P. H. B., dan Giantari, I. G. A. K. 2020. Peran Citra Destinasi Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali). *E-Jurnal Manajemen* 9, 4, 1230-1251.

Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., dan Sutapa, I. K. 2019. *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pedesaan*. Yogyakarta: Deepublish.

Wolor, C. W., dan Sari, D. A. P. 2021. *Hospitality*. Ponorogo: Gracias Logis Kreatif.

<https://www.demangol.com/> (Diakses pada tanggal 15 April 2022)