

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Al-Tal, R. M., dan Eluwole, K. K. 2017. eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220-227.
- Adhari, I. Z. 2021. *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). Pasuruan. Qiara Media.
- Adinegara, G. N. J. 2021. *Anteseden Dan Konsekuensi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Bali*. Yogyakarta: Deepublish.
- Agrawal. 2016. *Consomen Behaviour: Latest Edition*. Agra: SBPD Publications.
- Agoes, A., Sos, S., Par, M. M., dan Agustiani, I. N. 2021. *Kajian Pengalaman Wisatawan Pada Kunjungan Wisata Perdesaan (Contoh Implementasi di Kampung Tajur Kahuripan, Kabupaten Purwakarta)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bafadhal, A. S. 2020. *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Bancin, J. B. 2021. *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad media publishing.
- Bunjamin. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Candrianto, S. T. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Darmanto, M. dan Drs. Sri Wardaya, M., 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dewi, W. W. A., 2022. *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2019. *Statistik Kepariwisataaan 2019 Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Visiting Jogja
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2020. *Statistik Kepariwisataaan 2020 Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Visiting Jogja
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2021. *Statistik Kepariwisataaan 2021 Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Visiting Jogja
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jakarta: Qiara Media.

- Ghozali, Imam. 2017. *Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamsal, M., dan Abdinagoro, S. B. 2021. *Sustainable Tourism Pariwisata Wisata di Era Normal Baru*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Harahap, M. S., dan Dwita, V. 2020. Effect of EWOM on Revisit Intention: Attitude and Destination Image as Mediation Variables (Study in Pasaman Regency Tourism Destinations). *Advance in Economics, Business and Management Research*, Vol 152
- Hartanto, B. dan Indriyani, L., 2022. *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padang: PT. Inovasi Pratama Indonesia.
- Hartono. J. 2018. *Strategi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- 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*. Cham: Springer International Publishing.
- Juliandi, A., Irfan., dan Manurung, Saprinal. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, Philip., and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*, Edisi 15. England: Pearson Education
- Kozak, M. Ed. 2013. *Aspects of tourist behavior*. England: Cambridge Scholars Publishing.
- Kusumayuda, P., Mahrinasari, M.S, dan Pandjaitan, D. R. H. 2020. The Impact of E-Wom on Trust and Interest Visiting the Destination of Pahawang Island Tourism, Pesawaran District. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 7(10), 50-54.
- Laela., Asdar, Muhammad. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Light, L., dan Kiddon, J. 2015. *New Brand Leadership: Managing at the Intersection of Globalization, Localization and Personalization*. United States of America. FT Press.
- Machin, David. Campbell, Michael J. Tan, Say Beng dan Tan, Sze Huey. 2009. *Sample Size Tables for Clinical Studies, Third Edition*. Chichester: Wiley Blackwell

- Mohammed Shobri, N. D., Putit, L., dan Ahmad Suki, A. 2021. Does eWOM affect guests' experience expectation? An empirical analysis within the hotel and tourism sector. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship (JIBE)*, 6(1), 42-53.
- Muharto. 2020. *Pariwisata Berkelanjutan: Kombinasi Strategi dan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Kreatif.
- Page, S. J., 2015. *Tourism Management*. New York: Routledge.
- Paisri, W., Ruanguttamanun, C., dan Sujchaphong, N. 2022. Customer experience and commitment on eWOM and revisit intention: A case of Taladtongchom Thailand. *Cogent Business and Management*, 9(1), 2108584.
- Pertiwi, R. D., dan SE, M. 2021. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., dan Illahi, A. K. 2018. *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Prayitno, Gunawan., dan Subagiyo, Aris. 2018. *Membangun Desa Merencanakan Desa dengan Pendekatan Partisipatif dan Berkelanjutan*. Malang: UB Press.
- Pujiastuti, E. E., Prakoso, Dimas. Bayu., Sadeli. 2020. Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *Dialektika*, 5(2), 370354.
- Pujiastuti, E. E., Hadi, L., dan Zahro, S. A. 2020. *Analisis faktor yang mempengaruhi behavior intention (studi pada wisatawan di objek wisata Puthuk Setumbu Borobudur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 55-70.
- Pujiastuti, E., Utomo, H., dan Novamayanti, R. 2020. Millennial tourists and revisit intention. *Management Science Letters*, 10(12), 2889-2896.
- Purnama, W., dan Wardi, Y. 2019. The Influence of Destination Image, Tourists Satisfaction, and Tourists Experience toward Revisit Intention to The Most Beautiful Village in The World (Nagari Tuo Pariangan). *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), 18-25.

- Putri, Z. E., Murdana, I. M., Nuria, H., Evita, R., Yunus, A. I., Rosalina, T., dan Fauzan, R. 2023. *Manajemen Destinasi Wisata*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Putri, K. A. M. A., dan Yasa, N. N. K. 2023. *Brand Image, Kepuasan Konsumen, dan Repurchase Intention: Konsep dan Aplikasi Dalam Studi Kasus “Kedai Kopi Kulo”*. Cilacap. Media Pustaka Indo.
- Putri, D. E. et al., 2021. *Brand Marketing*. Bandung: Widiania Bhakti Persada Bandung.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., dan Ardani, W. 2023. *Komunikasi Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Rinnanik, Mustofa, A. dan Rahayu, S., 2020. *Niat Beli Produk Hijau*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Robbins, S. P. dan Judge, T. A., 2009. *Perilaku Organisasi Buku 2*. 12th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sabarini, S. S., Or, M., Liskustyawati, H., Sunardi, M. K., Satyawan, B., Nugroho, D., dan Baskoro Nugroho Putra, S. P. 2021. *Persepsi dan Pengalaman Akademik Dosen Keolahragaan Mengimplementasikan E-Learning pada Masa Pandemi Covid-19*. Deepublish
- Seligman, James. 2018. *Customer Experience Management The Experiential Journey*. Carolina: Lulu.com
- Siregar, M. R., Siregar, M. I., Saputra, J., Muzammil, A., dan Muhammad, Z. 2021. The Mediating Role of Service Quality, Tourists' Satisfaction and Destination Trust in the Relationship between Destination Image and Tourist Revisiting Intention. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(6 (54)), 1603-1616.
- Siregar, O. M dan Nasution, M. D. T. P., 2023. *Revolutionizing Marketing: Strategi Inovatif Bisnis Modern*. Solok: Mitra Cendikia Media.
- Sirichareechai, W. 2018. A Study of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Tourism Destination Choice: In Context of Religious Tourism Motivation in Pathum Thani Province Thailand. In *Conference: The International and National Conference on Business Administration and Accountancy*.
- Situmorang, J. R. 2022. *Semua Tentang Merek*. Makassar: PT. Nas Media Indonesia.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaatamdja, I. P. G., Widagda, I. G. N. J. A., dan Rahmayanti, P. L. D. 2022. *Strategi untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali pada Era New Normal: Konsep dan Aplikasi*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Suryadana, M. L. 2013. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Intergratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual*. Bandung: Humaniora.
- Suryaningsih, I. B., SE, M., R Andi Sularso, M. S. M., dan Tanti Handriana, S. E. 2020. *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Bantul Yogyakarta: Samudra Biru.
- Suwena, I. Ketut dan Widyatmaja, I. Gusti Ngurah. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Lasaran.
- Trinanda, O., dan Mutaqin, P. D. 2019. The influence of electronic word of mouth toward destination trust and travel intention on Sirandah Island in Padang City. *eCo-Buss*, 1(3), 140-151.
- Utama, I.B. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Utami, D.A., *et.al.* 2022. *Kewirausahaan*. Padang, Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Wisnawa, I. M. B., Par, A., MM, M. P., Prayogi, P. A., Par, S. S. T., Par, M., dan SE, M. 2021. *Manajemen Pemasaran Pariwisata-Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan*. Yogyakarta: Deepublish.

<https://www.kominfo.go.id/> diakses pada 10 Juni 2023

<https://bantulpedia.bantulkab.go.id/> diakses pada 28 Agustus 2023