

DAFTAR PUSTAKA

- Bella, S. (2020). Pengaruh electronic word of mouth dan citra destinasi terhadap minat berkunjung pada wisata pantai bali lestari kabupaten Serdang begadai. *Ekonomi dan Bisnis*, 1-66.
- Diarta, P. &. (2009). *pengantar ilmu pariwisata*.
- Disparpora. (2021). *Perkembangan Objek wisata, Hotel Kabupaten Mojokerto*.
- Disparpora kab mojokerto. (2021). *Gambaran umum pariwisata*.
<https://disparpora.mojokerto.go.id>.
- Dr. Budi Rahayu Tanama Putri, S.Pt., M. (2017). *Manajemen pemasaran*. Universitas Udayana. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Elvira Ismagilova, yogesh k. Dwivedi, Emma slade, M. D. william. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. springer briefs.
- Fandy Tjiptono dan Candra. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (4th ed.). Andi offset.
- Fitria Halim., Darwin lie., V. N. D. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). yayasan kita menulis.
- Goyette I., Ricard, L., J., B., & F., M. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Hidayah, N. (2019). *pemasaran destinasi pariwisata*. Alfabeta.
- imam ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate data dengan program IBM spss 25* (9th ed.). Universitas diponegoro.
- Joseph F.hair., G.thomas M. hult, Christian Ringle, M. S. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Pearson Education,Inc.
- Krisdianto, yuda. (2020) Pengaruh citra destinasi dan harga serta word of mouth terhadap keputusan berkunjung wisata pantai papuma Jember
- kotler, philip and keller. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1*. Erlangga.
- Lopes, F., & Dominique, S. (2011). Destination image. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305–315.
- Mariyam, dkk. (2020) Pengaruh word of mouth, destination image dan destination branding terhadap minat berkunjung kembali di wisata pantai pasir putih tuban.
- Novelia utami, dan O. fitriani. (2017). *Strategi promosi pemasaran*. Fkip Uhamka.
- Permatasari. (2017). *#ootd di media sosial instagram*.
- Pitana, I. . dan P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata*. Andi offset.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Rohman, A. (2020). *Kerajaan Majapahit*. <https://storymaps.arcgis.com>.
- Raihan, wishal. (2020) Pengaruh citra destinasi dan kepercayaan wisatawan terhadap keputusan berkunjung (studi pada wisatawan domestik di pantai Balekambang Kabupaten Malang)
- simarmata dkk. (2019). *Hoaks dan media sosial*. yayasan kita menulis.
- Sofwan hanif. (2018). *pengembangan bisnis pariwisata dengan media sistem informasi*. Andi offset.
- Statistik, B. pusat. (2020). *Jumlah kunjungan wisata*. bps.go.id.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Bab : 17 Proses Keputusan Konsumen : Pembelian , Konsumsi , Dan Kepuasan Konsumen*.

Wijayanto, agus hartono dan punto. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan budaya*. Kemenparekraf.go.id.

Yuliani dan suharto. (2021). Pengaruh electronic word of mouth dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung wisatawan di pinus pengger bantul