

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K. (2009). *Potensi Wisata Budaya Situs Sejarah Peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan Mojokerto* [UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA]. eprints.uns.ac.id/10766/1/161382508201002381.pdf
- Chariris Mochamad. (2019). *Watesnegoro, Simpan Objek Wisata Peninggalan Majapahit*. Radarmojokerto.Id.
<https://radarmojokerto.jawapos.com/read/2019/03/07/123587/watesnegoro-simpan-objek-wisata-peninggalan-majapahit>
- Dr. Priyono, M. (2008). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (T. Chandra (ed.); Edisi Revi). ZIFATAMA PUBLISHING.
[file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Documents/METPEN KUANTITATIF-COMPRESSED FULL.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Documents/METPEN%20KUANTITATIF-COMPRESSED%20FULL.pdf)
- Ernawati, S. (2020). Viral Marketing dan Motivasi Wisatawan dalam Meningkatkan Minat Berkunjung pada Destinasi Wisata di Kabupaten Bima. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 195.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.635>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media (ed.); Cetakan Pe, Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.
[file:///C:/Users/ASUS/Documents/SKRIPSI VIRAL/BukuKomunikasiPemasaran.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Documents/SKRIPSI%20VIRAL/BukuKomunikasiPemasaran.pdf)
- Firstanty, A. (2017). *EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @exploregunungkidul TERHADAP MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG DI DAERAH GUNUNGKIDUL*. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/593>
- Fitroh, S., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). PENGARUH ATRAKSI WISATA DAN MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 42(2), 18–25.
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Documents/1681-6813-1-PB.pdf>
- Ghozali, I. (n.d.). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (I. Ghozali (ed.); edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro 96.
- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)." *Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 96 (2016).
- Ir. Agustina Shinta, M. . (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Documents/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>
- Irawan, A., & Nim. (2019). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Vol. 11, Issue 1) [UIN ALAUDDIN MAKASSAR].
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>

_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Marnis & Priyono. (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Manajemen Sumber Daya Manusia*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Muksin, D. R. M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol.55, 55(1), 196–203.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2258>
- Nggilu, M., & Altje L. Tumbel, W. D. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2691–2700.
- Science, A. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Viral Marketing Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Kota Bandung (Sebuah Studi Tentang Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Tahun 2020)*. 6(2), 1165–1178. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/12089-23542-1-SM.pdf
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD by Prof. Dr. Sugiyono (z-lib.org).pdf
- Sugiyono, P. D. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke). ALFABETA, CV.
- Sujarweni, V. W. (2020). *METODE PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI* (V. W. Sujarweni (ed.); 2020th ed.). PUSTAKABARUPRESS.
- Triva Tantri Kuhu, Altje L. Tumbel, R. S. W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23746>
- Wahyudi, D. Y. (2013). Kerajaan Majapahit : *Sejarah Dan Budaya*, 7(1), 88–95.