

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari,dkk. *Electronic Word of Mouth (EWOM)* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Universitas Petra Surabaya.
- Budiono, Muhsin. 2013. Mengatasi Rasa Bosan. <http://muhsinbudiono.com> (diakses tanggal 5 Maret 2016 pukul 13.00 wib).
- Darmawan, Deni. 2014. Metode Penelitian Kuntitatif. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Dian dan marheni. 2016. Pengaruh *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjls Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Telkom.
- Ferdinan, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. CV Indoprint: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istijanto. 2010. Riset Sumber Daya Manusia. PT Gramedia. Jakarta.
- Jannah, Dewi Ayu Miftahul, dkk. 2014. Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. *Jurnal Penelitian*. <http://ayuwidigda.blogspot.co.id/2014/04/jurnal-penelitian-ayu-emje.html> (diakses tanggal 29 Pebruari 2016, Pukul: 12.29 wib).
- Jariato. 2016. Panduan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur. Surabaya.
- Jennings, Gayle; Norma Polovitz Nickerson. 2006. *Quality Tourism Experiences*. Elsevier Butterworth–Heinemann.
- Kusumawati, Andriani. 2011. “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: kasus hypermart malang town square (matos)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972*.
- Kim, Jeongmi (Jamie), and Daniel R. Fesenmaier. (2016). “Sharing Tourism Experiences: The Posttrip Experience”. *Journal of Travel Research 1-13*. DOI: 10.1177/0047287515620491.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. Manajemen Pemasaran. 2013. Edisi 13. Erlangga. Hal 5. Jakarta.

- Kotler, Philip et al. 2006. *Marketing Management An Asia Perpektif Fourth Edition*. Singapore: Pearson Education South Asia Pte Ltd.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode penelitian kuantitatif Analisis isi dan analisis data sekunder*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode Kuantitatif*. Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM KYPN. Yogyakarta.
- Nugroho, Anton & Yohanes. 2011. *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Skripta Media Kreatif: Yogyakarta.
- Otto, J.E. and Ritchie, J.R.B. (1996). "The service experience in tourism", *Tourism Management*. Vol. 17 No. 3, pp. 165-74.
- Peter dan Olson, 1996. "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. D. Sihombing (penerjemah). *Consumen Behavior*. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Pradnya Paramitha.
- Peraturan Daerah nomor 1 Tahun 2014 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah 2015 – 2019. 2014. Bagian Hukum Setda Kabupaten Lumajang.
- Ratnaningrun Puspa, dkk. 2016. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung : Survey pada Follower Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia". *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.37 No 2.
- _____. Karya Tulis Ilmiah. 2015. *Pengertian Pariwisata*. (<http://karyatulisilmiah.com/pengertian-pariwisata>). Diakses 22 Maret 2016 pukul: 12.00 Wib.
- Santoso, Singgih. 2012. *Metodologi Penelitian*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Soeyitno. 2001. *Perencanaan Pariwisata*. Yogyakarta: Kanisius.

- Sutanto, Hastono Priyo. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Syafarudin,dkk. 2016. “ Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap kepercayaan (*Trust*) dan Niat Beli (*Purchase Intention*) Serta Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian : Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.3 No 1.
- Tugberek Ugurlu. 2010. *Definition of Tourism (UNWTO Definition of Tourism) / What Is Tourism*. (<http://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism>). diakses pada 5 Pebruari 2016 pukul: 9.59 wib.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.Edisi 2. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Viranti, 2012, Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Social Media Twitter* Terhadap Minat Beli Konsumen(Studi Pada Restoran Holycowsteak) sekripsi, UNIVERSITAS INDONESIA: Jakarta.
- Weerawit dan Vinai. 2014. “*The Impact of Electronic Word-of-Mouth Factors on Consumers’ Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework*”. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 5, No.
- Yi-Wen dan Yi-Feng. 2012. “ Effect Of Electronic Word Of Mouth On Consumer Purchase Intention : The Prespective Of Gender Differences”. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp. 175-181.