

Daftar Pustaka

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 451-466.
- Ahmad, Khan, J., Abdullah, & Ghauri. (2016). Examining Mediating Role of Customers Loyalty for Influence of Brand Related Attributes on Customer Repurchases Intention. *Journal of Northeast Agricultural University*, 89-96.
- Altinay, L., & Paraskevas, A. (2008). *Planning Research in Hospitality & Tourism*. Oxford: Elsevier.
- Amin, Rezaei, & Abolghasemi. (2014). User Satisfaction With Mobile Website: The Impact of Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), and Trust. *Nankai Business Review International*, 258-274.
- Andriani, R. A., Wibowo, A., & Winarno, J. (2020). Analisis Kebutuhan Masyarakat dalam Pengembangan Dewi Sambi (Desa Wisata Samiran Boyolali) di Desa Samiran, Kecamatan Selo, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 82-88.
- Andriani, R. A., Wibowo, A., & Winarno, J. (2021). Pemberdayaan Desa Wisata Samiran (Dewi Sambi) berdasarkan Teori Analisis TALC (Tourism Area Life Cycle). *Journal of Agricultural Extension*, 59-67.
- Anwar, S., & Gulzar, A. (2011). Impact Of Perceived Value On Word Of Mouth Endorsment And Customer Satisfaction: Mediating Role Of Repurchase Intentions. *International Journal Of Economics and Management Sciences*, 46-54.
- Ardianti, F., & Lubis, D. P. (2020). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 796-809.
- Ayuningtyas. (2018). Tingkat Pemahaman Masyarakat Lokal Sebagai Pemangku Kepentingan Kunci di Tebing Breksi Yogyakarta Terhadap Prinsip-prinsip Pariwisata Berkelanjutan Berdasarkan SUSTDI. *Skripsi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada*.
- Azizah. (2013). Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Pedagang Sate di Desa Candiwulan Kecamatan Adimulyo Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*.
- Baase. (2012). *A Gift of Fire Social, Legal, and Ethical Issues for Computing Technology 4th*. New Jersey: Prentice Hall PTR.
- Beckman, & Haunschild. (2002). Network Learning: The Effect of Partners Heterogeneity of Experience on Corporate Acquisition. *Administrative Science Quarterly*, 92-124.
- Bickerdyke. (1996). *Australia: The Evolving Structure and Strategies of Business Network*. In OECD (Ed.), *Network of Enterprises and Local Development: Competing and Co-*

Operating in Local Productive System. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

Bjork, & Virtanen. (2005). What Tourism Project Managers Need To Know About Co-operation Facilitators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* , 212-230.

BPS. (2021). *Agregat Kependudukan Berdasarkan Umur Menurut Desa di Kabupaten Boyolali*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Boyolali: boyolalikab.bps.go.id

Bryson, J. (2008). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) : Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Busaini, Rinuastuti, Feriyadin, Wijanarko, Assidiq, Hadinata, & Rahmaningsih. (2020). Peran Pemuda dalam Membangun Citra Pariwisata Halal di Desa Setanggor. *Jurnal Magister Manajemen*, 295-304.

Can, & Erdil. (2018). Determining Antecedent of Re-Purchase Intention : The Role of Perceived Value and Consumers Interest Factor. *International Business Research* , 17-31.

Cartwright, C., & Cartwright, G. P. (1984). *Developing Observation Skills*. New York: McGraw-Hill.

Denzin, N., & Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook Of Qualitative Research Third Edition*. California: Sage Publications.

Diamond. (2013). *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Dinita. (2020, Agustus 20). *12 Tools to Create an Infographic in 30 Minutes (Design Skills or Not)*. Diambil kembali dari <https://buffer.com/>:
<https://windowsreport.com/infographics-software/>

Duriyanto. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

East, Romaniuk, Chawdhary, & Uncles. (2017). The Impact of Word of Mouth On Intention to Purchase Currently Used and Other Brands. *International Journal of Marketing Research*, 321-334.

Efendi, & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Farida, & Widayanti. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Kripik Tempe Sanan Malang . *Jurnal Akuntansi, Bisnis, dan Manajemen*.

Firdaus, A. M. (2019). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Kopi Di Rumah Kopi Sunda Hejo. *Skripsi Departemen Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor*.

- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fitriana. (2020). Meningkatkan Keterampilan Pelajar Melalui Pelatihan Grooming dalam Tourism Goes to School. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 172-280.
- Gerlak, & Heikkila. (2011). Building a Theory of Learning in Collaborative: Evidence from the Everglades Restoration Program. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 619-644.
- Giovanis, & Athanasopoulou. (2018). Understanding Lovemarks Brands: Dimensions and Effect on Brand Loyalty in High-Technology Products. *Spanish Journal of Marketing*, 272-294.
- Halme. (2001). Learning For Sustainable Development In Tourism Networks. *Business Strategy and the Environment*.
- Heikkila, & Gerlak. (2013). Building a Conceptual Approach to Collective Learning: Lessons for public Policy Scholars. *Policy Studies Journal*, 484-512.
- Indiani, N. P., Mandasari, C. S., Dharmanegara, A., Dewi, N. P., & Sumartini, A. R. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Community Service Journal*, 51-57.
- Indonesia, A. P. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2022*. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: apjii.or.id
- Inskeep, E. K. (1991). *Tourism Planning, and Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Irwantoko, A., Rohman, F., & Noermijati. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word-Of-Mouth di Perumahan Madani Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Isnaini, W. N., & Muktiali, M. (2015). Pengaruh Keberbaradaan Desa Wisata Samiran Terhadap Perubahan Lahan, Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. *Jurnal Teknik PWK*, 389-404.
- ITTA. (2021). *histori 2021*. Diambil kembali dari indonesiatraveltourismawards.org
- Jadesta. (2022, 1 8). *Kategori Desa Wisata*. Diambil kembali dari Jaringan Desa Wisata: <https://jadesta.com/profile>
- Khristianto, W. (2019). Faktor-Faktor Pendorong dan Penghambat Adopsi Teknologi Informasi untuk Pengembangan Infrastruktur e-Tourism di Desa Wisata Organik. *Journal of Tourism and Creativity*, 151-162.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: John Wiley & Son.
- Kusmayadi. (2004). *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Lee, J. W., & Brahmastreene, T. (2014). ICT, CO₂ Emissions and Economics Growth: Evidence From a Panel of ASEAN. *Global Economic Review*, 93-109.
- LeFever, L. (2013). *The Art of Explanation : Making Your Ideas, Products, and Services Easier to Understand*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Li, & Hyu. (2013). An Innovative Marketing Model Based on AIDA: - A Case from E-bank Campus-marketing by China Construction Bank. *Journal iBusiness* , 47-51.
- Lovelock. (2001). Interorganisational relations in the protected area-Tourism Policy Domain: The Influence of Macro-economic Policy. *Current Issues in Tourism*, 253-274.
- Lubis, E. E., & Rizal, V. Z. (2014). Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*.
- Mahendra. (2014). *Media Jejaring Sosial Dalam Dimensi Self Disclosure*. Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga.
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Maisam, & Mahza. (2016). Positive Word of Mouth Marketing : Explaining the Roles of Value Congruity and Brand Love. *Journal of Competitiveness*, 19-37.
- Miles, M., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. California: SAGE Publications.
- Moore, F., & Hendrick, T. (1990). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Mujiyana, & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembeli Via Internet Pada Toko Online. *Jurnal TI Undip*.
- Muljadi, & Warman. (2019). Kepariwisata dan Perjalanan Edisi Revisi. *Rajawali Pers*.
- Newig, Gunther, & Pahl-Wostl. (2010). Synapses in the Network; Learning in Governance Networks in the Context of Environmental Management. *Ecology and Society*.
- Nordiana. (2014). Peran Jejaring Sosial Sebagai Media Media Peningkat Minat Berwirausaha Mahasiswa Untuk Berbisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya).
- Nurrahman, M. A. (2015). Strategi Marketing Public Relations The Sun Hotel Sidoarjo Pada Publik Konsumen. *Commonline Departemen Komunikasi*, 287-302.
- Nursito, & Nugroho. (2013). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan . *Kiat Bisnis*.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan* , 13-27.
- Pechlaner, Tallinucci, Abfalther, & Rienzner. (2003). *Networking for Small Island Destination-The Case of Elba*. In A. J. Frew, M. Hitz & P. O'Connor (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*. Wien: Springer.

- Pedieliento, Andreini, Bergamaschi, & Salo. (2016). Brand and Product Arrachment in an Industrial Context: The Effect on Brand Loyalty. *Industrial Marketing Management*, 194-206.
- Pradiani. (2017). Pengaruh Sisem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Ramadhan. *JIBEKA*.
- Prawira, Y., Butarbutar, M., Sherly, & Nainggolan, L. E. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Cofee Time And Seafood Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 48-60.
- Prihartono. (2012). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Andi Offset.
- Primadiani, M. A. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Es Puter (Studi Kasus Di UKM Lancar Jaya Dan Barokah Jaya Kota Batu). *Skripsi Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya Malang*.
- Priyanto, & Safitri, D. (2015). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tlnjaun Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 76-84.
- Purnama, & Suyanto. (2010). Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur) . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Sambi, D. (2022, 1 8). *Latar Belakang* . Diambil kembali dari Desa Wisata Samiran Boyolali: desawisatasamiranboyolali.com
- Sastrayuda. (2010). *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Scoot, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Network Analysis and Tourism; From Theory to Practice*. Clevedon: Chanel View Publications.
- Simanjuntak, & Fitriana. (2020). Culture Shock, Adaptation, and Self-Concept of Tourism Human Resources in Welcoming the New Normal Era. *Society*, 403-418.
- Singh, A. K. (2004). *Test, Measurements and Research Methods In Behavioural Science*. Patna: Bharati Bhawan.
- Srirejeki. (2016). Analysis Of The Use Of Social Media To Empower Small Micro Medium Enterprise (SMEs). *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*.
- Stelzner, M. A. (2013). Social Media Marketing Industry Report: How Marketers Are Using Media to Grow Their Bussinesses. *Social Media Examier*.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwintari, I. G. (2012). Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan "Tourism Informaation Counters" Di Jalan Padma Utara Legian, Kuta. *Tesis Program Studi Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar*.
- Suyana, J. (2020). Profil Desa Wisata Samiran Di Lereng Merbabu-Merapi Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Semar*, 27-35.
- Syah, F. (2015). Strategi Mengembangkan Desa Wisata. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu*, 335-351.
- Tinsley, & Lynch. (2001). Small Tourism Business Networks And Destination Destination Development. *Hospitality Management*, 367-378.
- Triambodo, & Damanik. (2015). *Analisis Starategi Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi di Desa Wisata Jerajinan Tenun Dusun Gamplong, Desa Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman,DIY)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Umar, H. (2001). *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo. (2007). *Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil* . Depok: Penebar Swadaya.
- Widyastututi, & Nuswantoro. (2016). Literasi Digital Pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal SPIKOM*.
- Wu, Chen, Chen, & Cheng. (2014). Perceived Value, Transaction Cost, and Repurchase-intention in online shopping: A Relational Exchange Perspective . *Journal of Business Research* , 2768-2776.
- Yusriadi. (2018). Manajemen Perubahan dalam Reformasi Birokrasi menuju Information Technology (IT). *Jurnal Mitra Manajemen*.