



BIBLIOGRAPHY

- Chung, Namho & Chulmo Koo. 2014. The use of social media in travel information search. *Telematics and Informatics*, 32: 215-229 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585314000513>)
- Dewi, Anita Priana. 2016. Penggunaan Instagram Untuk Menentukan Tujuan Wisata. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Hardaning, Tira. 2015. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Motivasi Berkunjung Ke Agrowisata Kebun Begonia Lembang Jawa Barat. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Ho, Pamela & John Ap. 2009. Manual on Elective II – Theme Parks and Attractions. Hongkong: School of Hotel & Tourism Management Polytechnic University
- Miguéns, J., R. Baggio, & C. Costa. 2008. Social media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study. *Advances in Tourism Research*, 26-28 (<https://www.iby.it/turismo/papers/baggio-aveiro2.pdf>)
- Moreno, Aurora Garrido, Victor J. Garcia-Morales, et.al. 2018. The missing link: Creating value with Social Media use in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 75: 94-104 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431916301670?via%3Dihub>)
- Munar, Ana Maria & Jens Kr. Steen Jacobsen. 2014. Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43: 46-54 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517714000132?via%3Dihub>)
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Pitana, I Gede & Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Pranata, Ricahk Wisnu. 2016. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pemilihan Tempat Tujuan Wisata: Sikap Dan Niat Berprilaku. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Prihanani, Ditti. 2015. Respon Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Dalam Mencari Referensi Tempat Wisata Melalui Instagram. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



- Ross, Glenn F. 1998. *The Psychology of Tourism. 2nd Edition*. Melbourne: Hospitality Press
- Saputri. 2016. Analisis Motivasi Kerja Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta, PT De Mata Maris). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-23. Bandung: Alfabeta
- Widati, Gawara Mukti. 2017. Pengaruh Promosi Menggunakan Instagram Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Destinasi Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Tugas Akhir*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Zeng, Benxiang & Rolf Gerritsen. 2014. What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10: 27-36 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973614000026>)

Internet Source:

- Aditya Hadi Pratama. 2017. “Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 Terbesar di Dunia”. <http://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>
- dematamuseum.com. 2017 <http://www.dematamuseum.com/page/6/about.html>
- TEMPO.CO. 2016. “45 Juta Pengguna Instagram, Indonesia Pasar Terbesar di Asia”. <http://bisnis.tempo.co/read/news/2017/07/090894605/45-Juta-Pengguna-Instagram-Indonesia-Pasar-Terbesar-di-Asia>