

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, P. (2019, 09 07). *Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata Paling Ramai*. Retrieved from jogjarentcar: <https://www.id.jogjarentcar.com/yogyakarta-sebagai-kota-pariwisata-paling-ramai/>
- Andy, S. (2006). Word Of Mouth Marketing. In *How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Anggono, A. J., & Sunarti. (2018). PENGARUH HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 190-195.
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 4- 5.
- Basiya, R., & Rozak, H. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata. *Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, 2020*.
- Dani, Y. P., & Thamrin, T. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Kawasan Wisata Mandeh. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 83-87.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Parastiwi, F. D., & Farida, N. (2015). PENGARUH DAYA TARIK DAN WORD-OF-MOUTH TERHADAP KUNJUNGAN ULANG MELALUI KEPUASAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41-45. Retrieved from media.neliti.com: <https://media.neliti.com/media/publications/106885-ID-pengaruh-daya-tarik-dan-word-of-mouth-te.pdf>
- Pitana, I., & Surya Diarta, I. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prasetya, A. W. (2019, 02 26). *Kisah Sukses Karang Taruna Ciptakan Wisata Puncak Sosok Yogyakarta*. Retrieved from travel.kompas: <https://travel.kompas.com/read/2019/02/26/190900327/kisah-sukses-karang-taruna-ciptakan-wisata-puncak-sosok-yogyakarta?page=all>
- Putri, F. C., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN LEGIPAIT COFFEESHOP MALANG). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 76- 83.

- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Silviana, M., & Melone, M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yoeti, O. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.