

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Studi Literatur (Buku) :

- Antony, Mayfield. 2008. What is Social Media?. London: iCrossing
- Anwar Sanusi. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Empat
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : Rineka Cipta
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips FotografiPonsel. Jakarta: Media Kita
- Di Virgillio, F. 2018. Social Media for Knowledge Management Applications in Modern Organizations. US: IGI Global
- Hair et al., (2006) Multivariate Data Analysis, New Jersey : Prentice Hall, Upper Sadder River.
- Kusumah Wijaya dan Dwitagama Dedi. 2011. Mengenal Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., dan Amstrong. Gary. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip, and Kevin, L. Keller. 2009. Marketing Management. NewJersey : Pearson Education, Inc
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- McCarthy, E Jerome, William D Peiireault. 2002. Dasar-dasar Pemasaran 5'' edition. Jakarta : Erlangga
- Nasrullah, Rully. 2015. Media Sosial: perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir. 2014. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Sarwono, J. (2006). Korelasi. [Online]. Tersedia: www.jonathansarwono.info/korelasi/korelasi.htm.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan ke 17. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana.2005. Metode Statistika Edisi ke-6. Bandung : Tarsito
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2011. Metodologi Penelitian. Bandung : Mandar Maju
- Taprial, Varinder & Priya Kanwar. 2012. Understanding Social Media. London: Ventus Publishing ApS.
- TIM APJII. 2016. Saatnya Jadi Pokok Perhatian Pemerintah dan Industri. Jakarta: APJII
- Umar, Husein 2003. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Wardiyanta. 2006. Metode Penelitian Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Sumber Studi Literatur (Jurnal) :

- Albarq, Abbas N. 2014. Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*; Vol. 7, No.1.
- Al Rasyid, Harun. 1994. Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala. Bandung: Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran.
- Charo, Naimatullah et al. 2015. "The Impact of E-WOM on Brand Image and Purchase Intention Through Adoption of Online Opinions". *International Journal of Humanities and Managemen Sciencess*, Vol. 3 Issue I.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Dipenogoro.

Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J. dan Marticotte, F. 2010. e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27 pp. 5-23

Hennig-Thurau, T. 2004. Electronic Word-of-Mouth Via Customer Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol 18/No 1, 38-52.

Jeong, Eunha and SooCheong (Shawn) Jang .2011. Restaurant experience triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30, page 356-366.

Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., Silvestre, B. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>

Mauludin, R., 2017. PENGARUH ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG,

Patria, Lintang & Kristianus Yulianto. (2010). "Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar *Online* Secara Mandiri". Makalah

Sari, F et al. 2018. "Pengaruh e-WOM Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung".

Suwarduki, Puspa Ratnaningrum. 2016. "Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung". *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 37 No.2 Hal 1-10.

Sumber lainnya :

Aziza, K. 2017. Sektor Pariwisata Setor Devisa 11,3 Miliar Dollar AS pada 2016. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/16/204310726/sektor-pariwisata-setor-devisa-113-miliar-dollar-as-pada-2016>.

Bandungkota.bps.go.id

Hazliansyah. 2017. Prestasi Pariwisata Sumbang Sukses Pembangunan Nasional. <http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/pesona-indonesia/17/08/21/ov14x5280-prestasi-pariwisata-sumbang-sukses-pembangunan-nasional>

Maghfira Yuniarti, 2018
PENGARUH e-WOM MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Nursastri, S. 2017. 10 Destinasi Terbaik di Indonesia Tahun 2017.
<https://travel.kompas.com/read/2017/04/15/150300727/10.destinasi.terbaik.di.indonesia.tahun.2017>
- Pertiwi, N. 2013. Mari : Pariwisata Merupakan Sektor Penting.
<https://edukasi.kompas.com/read/2013/06/04/15384272/mari.pariwisata.erupakan.sektor.penting>
- Sukma, F. 2018. Tahun 2017, Kunjungan Wisata ke Bandung Menurun.
<http://m.ayobandung.com/read/20180111/68/27383/tahun-2017-kunjungan-wisatawan-ke-bandung-turun>
- Wahyuni, T. 2015. Bandung Kota Terfavorit Se-ASEAN.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-26931086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>