

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Widarjono. (2015). Analisis Multivariat Terapan. Yogyakarta : Penerbit UPP STIM YKPN.
- Arifianti, I. L. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Word Of Mouth Serta Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Taman Nasional Baluran. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/101259>
- Aspirin, M., & Jatmiko, U. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kayu Pada Perum Perhutani KBM Penjualan Kayu Wilayah Madiun Di Kota Kediri. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/25swe>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (n.d.). Badan Pusat Statistik. Retrieved March 20, 2021, from <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>.
- _____. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. Retrieved March 20, 2021, from <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/29/banyaknya-wisatawan-domestik-bulanan-ke-bali-2004-2020.html>.
- _____. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. Retrieved March 20, 2021, from <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/28/banyaknya-wisatawan-mancanegara-ke-bali-dan-indonesia-1969-2020.html>.
- Bahtar, A. Z., dan Muda, M. (2016). The Impact of User – Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing – A Conceptual Framework. *Procedia Economics and Finance*, 37, 337–342.
- Basiya, R., dan Rozak, H. Abdul. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, Vol. XI No.2, p. 1-12.
- Bizirgianni, I., & Dionysopoulou, P. (2013). The influence of tourist trends of youth tourism through social media (SM) & information and communication technologies (ICTs). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 73, 652–660. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.02.102>
- Blackshaw, P. (2006). The consumer-controlled surveillance culture.
- Blackshaw, P. and Nazzaro, M., (2006). Consumer-generated media (CGM) 101: Word-of-mouth in the age of the web-fortified consumer. New York: Nielsen BuzzMetrics, 3.
- Buhalis, D. and Law, R., (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet- The state of eTourism research. *Tourism management*, 29(4), pp.609-623

- Buku Statistik Pariwisata Bali Tahun 2019. Bali Government Tourism Office. (n.d.). Retrieved March 20, 2021, from <https://disparda.baliprov.go.id/buku-statistik-pariwisata-bali-tahun-2019/>.
- Burhanuddin, Y. (2020). Customer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pusat Grosir Solo. *Edunomika - Vol.4, No. 01*.
- Cooper, John Fketcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London: Logman.
- Chang, Hsin Hsin, Hsu Che-Hao dan Chung, Shu Hsia. (2008). The Antecedents and Consequences of Brand Equity in Service Markets. *Asia Pasific Management Review*, 13(3), 2008.
- Daugherty, T., Eastin, M. S., & Bright, L. (2008). Exploring consumer motivations for creating usergenerated content. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 16–25. <https://doi.org/10.1080/15252019.2008.10722139>
- Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti, Edriana Pangestuti. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51 No. 2. pp 16-21
- Farachdiba, Diana. (2014). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di De'Ranch Lembang. Bandung: Program Studi Manajemen Resort & Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal* Vol. 25, No. 5, pp. 395–410.
- Garg, Ruchi and Zillur Rahman (2012). Measuring Customer Experience in Banks: Scale Development and Validation. *Journal of Modelling Management*. Vol.9 No.1 pp 87 -117.
- Ghozali, Imam. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hehanussa, P. E. dan G. H. (2009). Klasifikasi Danau di Indonesia untuk Mitigasi Dampak Perubahan Iklim. *Prosiding Konferensi Nasional Danau Indonesia*

- I Jilid 2: Pengelolaan Danau Dan Antisipasi Perubahan Iklim, 298–310. Jakarta: Kementerian Negara Lingkungan Hidup.
- Hair, et al, (2014), *Multivariate Data Analysis*, New International Edition., New Jersey : Pearson.
- Ismayanti. (2009). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta, IND: PT. Grasindo
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei.(2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 30 Iss: 4.
- Juwita, I., & Haryanto, O. I. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara. *Jurnal Pariwisata BSI*, Vol. 3 (1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Kaihatu, T. S., Spence, M. T., Kasim, A., Satrya, I. D. G., & Budidharmanto, L. P. (2020). *Millennials' predisposition toward ecotourism: the influence of universalism value, horizontal collectivism and user generated content*. *Journal of Ecotourism*, 1–20. doi:10.1080/14724049.2020.1795183
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), pp.59-68.
- Kozak, M & Decrop, A. 2009. *Handbook of Tourist Behavior Theory and Practice*. UK: Routledge.
- Lapian, Mandey, dan Loindong. (2015). *Pengaruh Advertising dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara: Universitas Sam Ratulangi Manado*
- Lo, I.S., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C. and Law, R. (2011) *Tourism and Online Photography*. *Tourism Management*. 32, 725-731.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2013). Impact of brand image and advertisement on consumer buying behavior. *World Applied Sciences Journal*, 23(1), 117–122.
- Marpaung. (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Matin Kozak, Alain Decrop. (2009). *Handbook of Tourist Behavior Theory and Practice*. UK: Routledge.
- Meyer, C & Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. Harvard Business Review.
- Musfar, Tengku Firli, and Novia Vivi. (2012). “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Restoran Koki Sunda Di Pekanbaru.” *Jurnal Ekonomi* 20.

- Nasution, H. P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Sun Plaza Medan. <https://www.researchgate.net/publication/332105424> Jurnal Pengalamanan Pelanggan Terhadap Sun Plaza
- Neolaka, Amos. (2014). Metode Penelitian dan Statistik. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Paulus, J.I., Juita Bessie, dan Abas Kasim. (2015). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kampung Adat Boti Kabupaten TTS. *Journal of Management (SME's)*, 1 (1): 37-61.
- Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. (2005). Sosiologi Pariwisata, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pinuji, M. F., & Satiri, S. (2019). Pengaruh User-Generated Content Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website Tokopedia. *Journal of Creative Communication*, Vol. 1(1). <https://journal.interstudi.edu/index.php/interscript/article/view/347>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi Ketigabelas. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Pramudita, Y. A., & Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.1, 1-7.
- Priyatno, Duwi. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 2.0. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2018). SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum. Yogyakarta: Andi
- Putri, V. J. (2020). Pengaruh User-Generated Content (UGC) Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dapur Mbok Sarminah. Universitas Ciputra.
- Rahmat, S. W. (2021). Pengaruh User Generated Content Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ketan Susu, Kota Tasikmalaya. <http://repository.upi.edu/68088/>
- Salam, H. N., Tresnati, R., & Oktini, D. R. (2017). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Survey Pada Pelanggan Ozt Café And SteakhouseBandung). *ProsidingManajemen*, 3(2). <http://karyailmiah.unisb.ac.id/index.php/manajemen/article/view/8529>
- Santoso, H. N., Widyawati, C., & Adityaji, R. (2021). The role of the promotional video "Wonderful indonesia: A visual journey" on Brand Image and tourist visiting interest to Wakatobi. *JOURNAL OF TOURISM, CULINARY AND ENTREPRENEURSHIP (JTCE)*, 1(1), 48–60. <https://doi.org/10.37715/jtce.v1i1.1799>

- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*, Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schmitt, H. Bernd. (1999). *Experiential Marketing: How to get your customer to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: The FreePress.
- _____. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting With Your Customer*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Setyawan, A. (2018). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 07(02).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5830/5128#>.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Shofian Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Somantri, L. (2015). Peran Ilmu Geografi dalam Peningkatan Kecerdasan Ruang Wilayah Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama
- Sunaryo, B., (2013), *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Inonesia*, Yogyakarta : Gava Media.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Swastha, B dan Handoko, T, H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku 19 Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- T. Rahmadewi, N. Farida, and R. S. Dewi, (2015). "PENGARUH CRM DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBEIAN ULANG MELALUI BRAND TRUST PADA PT. NASMOCO PEMUDA," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 4, no. 3, pp. 243-254.
- Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2012). Social media peer communication and impacts on purchase intentions: A consumer socialization framework. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), 198–208.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.11.004>

- Walter, Ute, B. Edvardsson, dan Asa Ostrom. (2010). Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality* Vol. 20 No. 3, pp. 236-258.
- Warpani, S. P. & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB
- Yoeti, Oka, A. (1983). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- _____. (2002). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Zaenuri, Muchamad. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*.

