

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan Tantri, F. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Anggara, R., & Wibasuri, A. (2015). Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Tipe Aspire 4752 di Kelurahan Sepang Jaya Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2).
- Chang, L. Y., dan Lee, Y. J. (2012). *The Influence of E- Word Of Mouth on the Costumer's Purchase Decision: a case of Body Care Products. Journal Global Of Bussines Management*. ISSN 1817-3819.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F. 2010. *e-WOM Scale: Wordof-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. Canadian Journal of Administrative Science*. 27(1).5-23
- Hasan, A. 2010. Marketing Dari Mulut ke Mulut. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates consumers to Articulate Themselves on The Internet *Journal of Interactive Marketing*. Vol 18. Num 1, 38: 52
- Hidayah, Nurdin. 2019. Pemasaran Destinasi Pariwisata. Edisi Pertama. Alfabeta, Bandung
- Humaira, A. dan Wibowo, L.A. 2016. Analisis Faktor *Elektronik Word Of Mouth* (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. VI, No.2.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016a. *A Framework For Marketing Management* . 6thEdition/Global Edition. England:Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller. K.L. 2016b. *Marketing Management*. 15thEdition. New Jersey:Person Pretice Hall, In
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. and Ikhsan, R.B., 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. *Jakarta: Salemba Empat*
- Malau, H. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.

- Mustikasari, A., dan Widaningsih, S. (2017). Pengaruh e-wom terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata di kota bandung. *Jurnal manajemen indonesia*, 16(2), 95-103.
- Pamungkas Aji Bagas & Zuhroh Siti 2016.” pengaruh promosi di media sosial dan *word of muth* terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai bontacos, jombang)”. *Jurnal Komunikasi*, Vol. X No. 02, September 2016
- Saputra, N., Yuliana, Y. and Ferdian, F., 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 15(2).
- Sari, N. and Saputra, M., 2018, October. Tourist Decisions Visit Attractions In Lampung Province Through Electronic Word Of Mouth (E-WOM). *In Prosiding International conference on Information Technology and Business (ICITB)* (pp. 272-277)
- Setiyorini, A. and Kristiyana, N., 2019. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), pp.12-17
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. 2017. Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian. Edisi Dua Puluh Empat. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2019. Metode Penelitian. Pustaka Baru Press
- Sunyoto, D. 2015. Strategi Pemasaran. Jakarta: CAPS
- Susanti, N., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 12(2), 10-14.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(2), 1 - 10.
- Utama, I Gusti Bagus Rai 2016. Pemasaram pariwisata. Andi. Yogyakarta. Yogyakarta.
- Rindani, Liantika. 2016. Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pantai Air Manis Padang. Skripsi Sarjana, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Wang, P. (2015), "Exploring the influence of electronic word-of-mouth on tourists' visit intention: A dual process approach", *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 17 No. 4, pp. 381-395.

Wira (2018) Pengaruh promosi di instagram dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung di pariwisata Puncak Mas Bandar Lampung (Skripsi tidak dipublikasikan)

Sumber lain :

<https://www.instagram.com/puncakmasthomas> (Diakses 4 Januari 2020)

<https://www.kupastuntas.co/2019/08/22/jumlah-wisatawan-yang-berkunjung-ke-lampung-mencapai-45-juta/> (Diakses 12 Desember 2019)

<https://pariwisatalampung.com/listing-location/kota-bandar-lampung/> (Diakses 12 Desember 2019).

https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g297722-d12902394-Reviews-Puncak_Mas-Bandar_Lampung_Lampung_Sumatra.html (Diakses 28 Desember 2019)

