

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arafat, Wilson. 2006. *Behind a Powerfull Image*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Aprilia, Fitri.,Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2015. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 24. No.1.
- Ardiani, Erwinda dan Murwatiningasih. 2017. *Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*. ISSN 2252- 6552. Management Analysis Journal 6 (3).
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala & Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Artanti, Y. 2016. *The Impact of Experiential Marketing on Word of Mouth (WOM) with Customer Satisfaction as the Intervening Variable*. Jurnal Dinamika Manajemen. 7 (36): 182–190.
- Asna. 2010. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Mahasiswa Se-Malang Raya*. Jurnal Ekonomi Univ. Kanjuruhan Malang. Volume 6, Nomor 2
- Ali Hasan, Niken Widiati Setiyaningtiyas (2015) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul* jurnal media wisata,Volume 13, nomor 1.
- Anis Setiyorini,Umi Farida,Naning Kristiyana (2018) *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouh Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Objek Wisata Gunung Beruk Karang Patihan Balong* jurnal ekonomi manajemen dan akuntansi,Volume 2, nomor 1
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arafat, Wilson. 2006. *Behind a Powerfull Image*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ariyanto (2005:132), *Faktor keputusan berkunjung*
- Damanik, Weber dalam Huryati (2015) *keputusan berkunjung*. Bandung
- David dan George (2001:20) *Marketing Researh* Bandung
- Diansyah dan Nurmalasari, Ayu Indah. *Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* ISSN: 2443-3837. Vol.2 No.1.
- Disbudpar. 2014. *Guide Book of Semarang*. Semarang.

- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta: BinarupaAksara.
- Etchner, C. M., Ritchie, J. R. B. 2003. *The Meaning and Measurement of Destination Image*. *The Journal of Tourism Studies*. Vol. 14, No. 1.37-48.
- Fakeye, P., Crompton, J. 1991. *Image Differences Between Prospective, First Time, and Repeat Visitors to The Lower Rio Grande Valley*. *Journal of Travel Research*. Vol. 30, No. 2, 10-16.
- Ferdinand, A. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Structural Equation Modeling : Dalam Penelitian Manajemen Lima.*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 (Edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govers dan Frank Go. 2005. *Place Branding Glocal, Virtual and Destination Image*. England: Palgrave Macmillan.
- Gunawan, F. A., & Dharmayanti, D. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14.
- Hania, 2016 *Pengantar ilmu Parisawata*. Semarang
- Hasan, Ali dan Setyaningtas, Niken Widiati. *Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul*. *Jurnal Media Wisata*. Volume 13. No. 1.
- Hasanah, Nur, Lukito Edi Nugroho, Eko Nugroho, and Huma Harati. 2015. *“Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial Sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model”* 2 (2): 99–110.
- Hawkins, I. Del, Mothersbaugh, I., David, & Best, J.R. 2010. *Consumer Behavior & Building Marketing Strategy*, The Mc. Graw Hill Companies. Inc., New York. United State of America.
- Horrigan, J. B. 2005. *New Internert Users: What They Do Online, What They Don't and Implications for The Internet Future*. *Pew Internet and American Life Project* pg. 1-27.
- Hutabarat, OithonaGracelia R., Nugroho, Adi., Naryoso, Agus., Gono, Joyo N.S. *Pengaruh Promosi, Publisitas, Dan Frekuensi Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Kabupaten Semarang*. Universitas Diponegoro. <http://www.fisipundip.ac.id>.

- Hania, Arizqy., Sunarti & Pangestuti, Edriana. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 40 No.1.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Janaitan Naimah (2018) *Pengaruh Digital Marketing, Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan*
- Ismail, A., Ali, M. H., Ilyani, N., Rose., R., & Abdulla, A. A. (2016). *Exploring Service Quality Impacts on Costumers. Satisfaction in Military Medical Centres : Moderating Role of Perceived Value*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 7. No. 36.
- Ismail, A. R & Spinelli, G. 2012. *Effects of Brand Love, Personality and Image on Word of Mouth*. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 11 (4): 571–586.
- Kaplan, M., Haenlein Michael 2010. “*Users of the works, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*”. *Business Horizons* 53 (1). P. 61.
- Keller, Kevin L. 1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity*. *Journal of Marketing*. 57. 1-22.
- Kharani. (2009). *Analisis Variabel yang Berpengaruh terhadap Pembentukan Citra daerah tujuan wisata : Studi kasus Wisatawan Nusantara yang Berwisata ke Yogyakarta periode 2007-2009*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Khasanah, Imroatul. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedap di Semarang*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 4. No. 1. Kotler & Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, (2005:202) *Keputusan berkunjung*
- Kotler, P dan keller., K. L 2012 *Marketing Management , New Jersey: Pearson Education, inc*
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke delapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Alih bahasa oleh Ancella Anitawati dan Hermawan, Edisi 1:2 Jakarta. Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi; Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?* Yogyakarta: Erlangga
- Lee, Ming-Shing, Hsiao, Huey-Der, dan Yang, Ming-Fen. 2010. *The Study of The Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Satisfactions Consumers and Loyalty. International Journal of Organizational Innovation.* Hlm. 352-378.
- Lee, Monledan Johnson Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global.* Jakarta: Prenada Media.
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. 2011. *Destination Image: Origins, Developments and Implications. Journal of PasosRevista de Turismo y Patrimonio Cultural.* Vol 9. No 2. Pags. 305-315.
- Lotulung, SelvanyChichilia., Lopian, Joyce and Moniharapon, Silcyljeova. *The Effect Of Quality Products, Price, And Wom (Word Of Mouth) On The Decision To Purchase Handphone Evercoss Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado.* ISSN 2303-11. Jurnal EMBA 817 Vol.3 No.3.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik.* Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3.* Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara, Prabu Anwar. (2002). "PerilakuKonsumen". Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama.
- Mardiyani, Yuyun, and Murwatiningsih. 2012. "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang." *Management Analysis Journal* 1 (2): 120–28.
- Maria Endang Jamu, Santy Permata Sari (2021) *The Effect of Word Of Mouth On Sosial Media And Attraction Of Bena Traditional Village Tourism On Tourist Visiting Decisions, Volume 3 No 1*
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moreira, Pedro dan Christina Iao. 2014. *A Longitudinal Study on the Factors of Destination Image, Destination Attractions, and Destination Loyalty.* *International Journal of Social Sciences,* Vol.3, No.3.
- Muhammad dan YessyArtanti. 2016. *The Impact Of Experiential Marketing On Word Of Mouth (Wom) With Customer Satisfaction As The Intervening Variable.* *Jurnal Dinamika Manajemen.* Vol. 7. No. 2.
- Murwatiningsih dan ArifYulianto. 2017. *The Use of Technology of Acceptance Model (Tam) to Recognize the Graduate Students' Behaviours in Using Sistem Akademik Terpadu (The Integrated Academic System/ Sikadu).* ISSN : 0972-9380. *International Journal of Economic Research.* Vol. 14, No. 12.

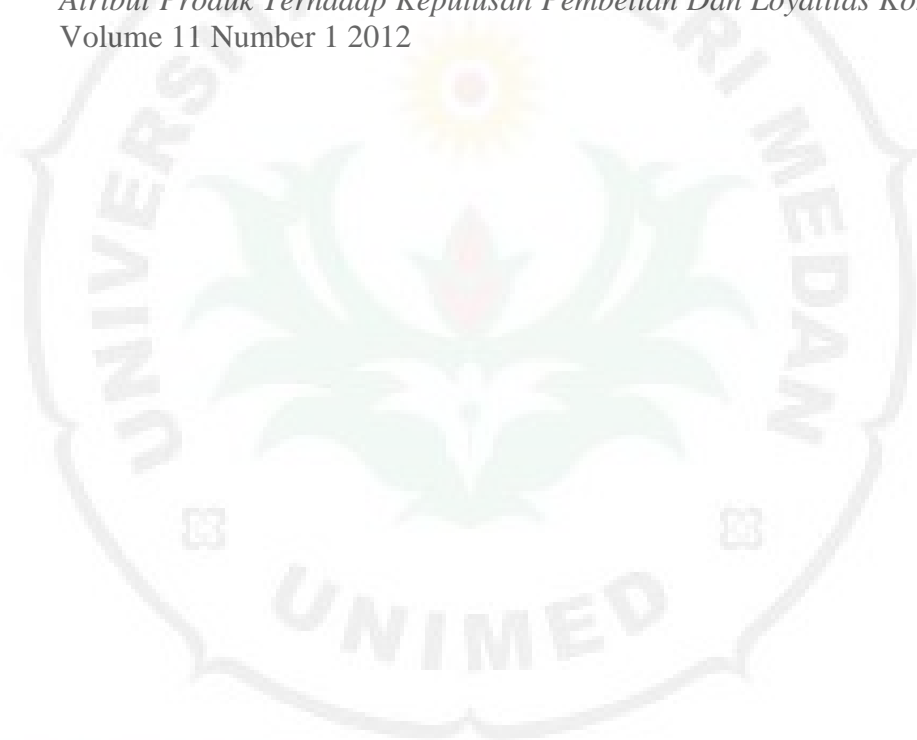
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Naufal, Muhammad Hisyamdan Ida Maftukhah. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Love Terhadap Purchase Decision melalui Word of Mouth*. Manajemen Analysis Journal. Vol. 6 No. 4.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nuryanto, Yulius Jatmiko. 2012. *Kualitas Layanan dan Positive Word of Mouth*. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 3. No.2
- Priatmoko, 2017 *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta
- Purnama, Ayu Sri. *Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Adidas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sport Shoes di Kalangan Remaja Wanita*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Purnama, M. Syakib Arsalan Citra dan Murwatiningsih. 2014. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang*. ISSN 2252-6552. Manajemen Analysis Journal.
- Putra, Sang Putu Angga Mahendra. *Pengaruh hE-Wom Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Pada Kunjungan Wisatawan Di DIY)*. ISSN 0852-1875. Vol. 29 (2): 201-218
- Rangkuti (2009:230) *Indikator promosi online*. Yogyakarta
- Rendi Giyanova Widyant, Widayato (2017) *Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Destination Image*
- Santoso, Tandi. 2008. *Word of Mouth*, Liberty, Yogyakarta.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Rnd*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Uma Sekaran. 1992. *Research Methods for Business, Southern Illinois University at Carbondale*.
- Walker. 2001. *The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents*. Journal of Service Research 2001 4: 60.

Widyatama, Rendra. 2009. *Buku Pengantar Periklanan*, cet 6. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yakin, M Fahrul Ainul. 2011. *Jurnal Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pakaian Wanita Di Pasar Pagi Samarinda*. NPM. 10.11.1001.3443.060.

Yunita, A dan Haryanto, Jony Oktavian. *Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen*. Volume 11 Number 1 2012



THE
Character Building
UNIVERSITY