

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Mediakita.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cetakan Ke-28*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Cetakan Ke-15*. London: Pearson Education.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi Cetakan Keempat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nisrina, M. W. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Siregar, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Soekadijo, R. G. (2012). *Anatomi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-24*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Stiletto Book. (2019). *How to Win Instagram*. Yogyaarta: Stiletto Book.

WEBSITE

- Bayu, D. J. (2021, February 18). *Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar*. Dipetik January 5, 2023, dari databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>
- DPR RI. (2019, May 31). *Pariwisata Berikan Kontribusi pada Pendapatan Negara*. Dipetik January 5, 2023, dari DPR RI: <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/24852/t/Pariwisata+Berikan+Kontribusi+pada+Pendapatan+Negara>
- InfoGarut. (2022, March). *Garut Jadi Salah Satu Daerah Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan di Jabar*. Dipetik January 5, 2023, dari infogarut.id: <https://infogarut.id/garut-jadi-salah-satu-daerah-paling-banyak-dikunjungi-wisatawan-di-jabar#:~:text=Garut%20menduduki%20peringkat%20ke%204,variasi%20objek%20wisata%20yang%20beragam.>

Kementerian PANRB. (2022, December 27). *Hingga Oktober 2022, Jumlah Wisman ke Indonesia Capai 3,92 Juta Orang*. Dipetik February 23, 2023, dari PANRB: <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/hingga-oktober-2022-jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-3-92-juta-orang#:~:text=Menparekraf%20Sandiaga%20mengungkapkan%2C%20pada%202022,yang%20hanya%20603%2C02%20juta>.

Rizaty, M. A. (2022, January 10). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021*. Dipetik February 16, 2022, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>

Vania, H. F. (2022, August 20). *73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi dari Media Sosial*. Dipetik January 5, 2023, dari databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/73-persen-masyarakat-mendapatkan-informasi-dari-media-sosial>

ARTIKEL JURNAL AKADEMIK

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th Edition)*. SAGE Publications.

Goyette, I. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale For e-services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23.

Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (E-wom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. . *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal Volume 6, No.2*, 1049-1060.

Ismail, E., & Chris, E. (2017). An examination of the five-factor e-WOM scale through exploratory and confirmatory factor analyses. *Journal of Marketing Communications*, 23(3)., 219-237.

Martina, S., & Adimulya. (2013). Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta. *Junal Khasanah Ilmu Volume 4, No. 2.*, 57-71.

Nugraha, A. S., & Adialita, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 195-212.

Pratiwi, R. N., & Maulina, A. (2021). Pengaruh Konten Instagram dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) @indtravel Terhadap Minat Berkunjung ke

Destinasi Wisata di Indonesia (Survey pada Followers Mancanegara @indtravel). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 1 (3)*, 138-154.

Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 54, No.1*, 189-196.