

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J.C. & James, A.N. (1990). A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships. *American Marketing Association*, 54(1), 42-58. Diperoleh dari <https://osmangok.yasar.edu.tr/MNGT%20640%20INDUSTRIAL%20MARKETING%20MANAGEMENT/Interfirm%20relationships%20articles/A%20Model%20of%20Distributor%20Firm%20and%20Manufacturer%20Firm%20Working%20Partnerships.pdf>
- Arudam, R. (2015, 5 Juli). Pengertian Kuliner. Diperoleh dari <https://www.kanalinfo.web.id/2015/07/pengertian-kuliner.html>
- Atiko, G., Sudrajat, R.H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(3), 378-389. Diperoleh dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=analisis+startegi+promosi+pariwisata+melalui+media+sosial+oleh+kementrian+pariwisata+ri&btnG=
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung. (2016). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung, 2016*. Diperoleh dari <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/120/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bandung-2016.html>
- Buted, D.R., Gillespie, N.S., Conti, J.B., Delgado, B.A., Rubico, R.M.P.M.S.K.A., & Felicen, S.S. (2014). Effects of Social Media in the Tourism Industry of Batangas Province. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3), 123-131. Diperoleh dari <http://z.edu.ph/wp-content/uploads/2014/08/APJMR-Effects-of-Social-Media-in-the-Tourism-Industry.pdf>
- Cooper & Schindler. (2011). *Business Research Methods*. Edisi Kesebelas. New York: Penerbit McGraw-Hill Companies Inc.
- Davis, G.B. (1991). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian I*. Jakarta: Penerbit PT. Pustaka Binamas Pressindo.

- Dwityas, N.A., & Briandana, R. (2017). Social Media in Travel Decision Making Process. *International Journal of Humanities and Social Science*, 7(7), 193-201. Diperoleh dari https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_7_No_7_July_2017/24.pdf
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi V, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Edisi Ke lima. New Jersey: Penerbit Prentice-Hall AInternational, Inc.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Media Pessiondo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Hasugian, J. (2008). Urgensi Literasi Informasi dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi di Perguruan Tinggi. *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, 4(2), 34-44. Diperoleh dari puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/pus/article/download/17231/17184
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (n.d.a). Diperoleh dari <https://kbbi.web.id/pariwisata>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (n.d.b). Diperoleh dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Informasi>
- Kata Data. (2018, 9 Februari). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?*. Databoks.katadata.co.id. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Kaur, P., Pathak, A., & Kaur, K. (2015). E-Marketing- A Global Perspective. *Parminder Kaur et al. Int. Journal of Engineering Research and Applications*,

5(2), 79-87. Diperoleh dari
https://www.ijera.com/papers/Vol5_issue2/Part%20-%201/M502017987.pdf

Kementrian Komunikasi & Informatika Republik Indonesia (KEMENKOMINFO) *Online*. (2018, 19 Februari). Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkatkan, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband. Diperoleh dari https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers

Komiak, S. & Ilyas, I. (2010). The Effects of Perceived Information Quality and Perceived System Quality on Trust and Adoption of Online Reputation Systems. *Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*, 1-6. Diperoleh dari <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.co.id/&httpsredir=1&article=1347&context=amcis2010>

Kotler, P. & Keller, K.L. (2009a). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas Jilid 2, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Edisi Kelima belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lee, U.K. (2017). International Tourism Advertisements on Social Media: Impact of Argument Quality and Source. *Sustainability*, 9(1537), 1-18. doi:10.3390

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Cakra Ilmu.

Miftah. (2016, 6 Desember). Penghargaan 10 Peringkat Indeks Pariwisata Indonesia. Portal.bandung.go.id. Diperoleh dari <https://portal.bandung.go.id/posts/2016/12/06/DAYD/penghargaan-10-peringkat-indeks-pariwisata-indonesia>

- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationship Between Providers and Users of Market Research : The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29, 314-328. Diperoleh dari [https://archive.ama.org/archive/ResourceLibrary/JournalofMarketingResearch\(JMR\)/Pages/1992/29/3/9602160655.aspx](https://archive.ama.org/archive/ResourceLibrary/JournalofMarketingResearch(JMR)/Pages/1992/29/3/9602160655.aspx)
- Nicolaou, A.I. & McKnight, D.H. (2006). Perceived Information Quality in Data Exchanges: Effects on Risk, Trust, and Intention to Use. *Information Systems Research*, 17(4), 332-351. Diperoleh dari <https://pdfs.semanticscholar.org/9a18/1f9379137d77431bf84c38349aca5479bab3.pdf>
- Pavlou, P.A. & Gefen, D. (2002). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37-59. doi 10.1287/isre.1040.0015
- Riana, G. (2008). Pengaruh Trust in a Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 13(2), 184-202. Diperoleh dari <https://jurnalilmiahmanajemen.files.wordpress.com/2011/03/pengaruh-trust-in-a-brand.pdf>
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(1), 31-42. Diperoleh dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=183041&val=6321&title=PENGARUH%20KEPERCAYAAN%20PELANGGAN%20TERHADAP%20WORD%20OF%20MOUTH,%20NIAT%20BELI%20DAN%20RETENSI%20PELANGGAN%20GERAI%20INDOMARET%20DI%20SURABAYA>
- Sahin, G.G & Sengun. G. (2015). The Effects of Social Media on Tourism Marketing: A Study among University Students. *Management and Administrative Science Review*, 4(5), 772-786. Diperoleh dari <http://oaji.net/articles/2015/352-1441613065.pdf>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. Edisi keenam. New York: Penerbit John Wiley & Sons, Ltd.

Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Statistical Package for the Social Sciences Statistik Online (n.d.). Diperoleh dari <http://www.spssstatistik.com/pengertian-skala-likert-kuesioner/>

Susanti, I. (2017, 17 Agustus). Kontribusi Pertumbuhan Pariwisata di Sektor Ekonomi Terbesar dan Tercepat. *Ekbis.sindonews.com*. Diperoleh dari <https://ekbis.sindonews.com/read/1231216/34/kontribusi-pertumbuhan-pariwisata-di-sektor-ekonomi-terbesar-dan-tercepat-1502940648>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Liberty.

Website Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2018, 12 Januari). *Indeks Pariwisata Kota Bandung Salah Satu Tertinggi di Indonesia*. Diperoleh dari <http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/26881/2018/01/12/Indeks-Pariwisata-Kota-Bandung-Salah-Satu-Tertinggi-di-Indonesia>

Wikipedia. (n.d.a). Diperoleh dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Wikipedia. (n.d.b). Diperoleh dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet

Wikipedia. (n.d.c). Diperoleh dari https://id.wikipedia.org/wiki/Skala_Likert

Yudhianto. (2017, 27 September). 132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos. *Inet.detik.com*. Diperoleh dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>

@duniakulinerbdg. (n.d.). Diperoleh dari
<https://www.instagram.com/duniakulinerbdg/>

