

DAFTAR PUSTAKA

- admin_merapi. (2018, November 12). *VOLCANO RUN 2019 – Angkat Destinasi Wisata Lereng Merapi*. Diambil kembali dari www.harianmerapi.com: <https://www.harianmerapi.com/news/2018/11/12/41867/volcano-run-2019-angkat-destinasi-wisata-lereng-merapi>
- Afianto, M. S. (2012, Januari). Pengembangan Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunung Kidul Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 7(1), 15-28. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Ahmad, H., & Sigarete, B. G. (2018, Januari). Preferensi Mahasiswa Dalam Berwisata: Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (Stipram), Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 12(1), 55 - 64. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Aisyah, R. (2019). *Menggabungkan Lari, Merapi, dan Jogja, Inilah Volcano Run 2019*. Diambil kembali dari travelingyuk.com: <https://travelingyuk.com/volcano-run-2019/154551/>
- Al-Bakry, M. H. (2013, Januari). Strategi Pemasaran Objek Wisata Kebun Buah Di Desa Mangunan Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 7, 29-40. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Arikunto, S. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Beal, V. (2018). *UGC - user-generated content*. Dipetik 04 13, 2018, dari www.webopedia.com: <https://www.webopedia.com/TERM/U/UGC.html>
- Bohang, F. K. (2017, juli 7). *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://www.kompas.com/>
- Ci, A. (2019, februari 4). *Yogyakarta Calender of Event 2019*. Diambil kembali dari [visit jogja istimewa](http://visitingjogja.com/id/): <https://visitingjogja.com/id/>
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C., & Jeremy, B. (2009, October 9). The Role of User-Generated Content in Tourists' Travel Planning Behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), 743-764.
- D katadata. (2018, Februari 9). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?* Diambil kembali dari [D katadata.co.id](http://D.katadata.co.id): <https://katadata.co.id/>
- Dionysopoulou, P., & Mylonakis, J. (2013, Desember). Youth Tourists' Profile and Their Travel Choices as Influenced by Social Media Networks. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 1(3), 22-35.
- Ernawati, H., & Mahmudah, S. A. (2016, September). Strategi Pengembangan Desa Wisata Seni & Kerajinan Kasongan, Bangunjiwo, Bantul,

- Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 10, 49-64. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Gde, I. P., & Diarta, I. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (1 ed.). Yogyakarta, Indonesia: Yogyakarta: Andi.
- Got, N. (2013, Januari). Agrowisata Tanaman Apel Kota Batu Malang. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 7(1), 1-14. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Hidayah, N. (2017, Oktober 8). *Pengertian Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Diambil kembali dari pemasaranpariwisata.com: <https://pemasaranpariwisata.com/2017/11/08/pengertian-pemasaran-destinasi-pariwisata/>
- Indonesia, P. R., & DPR. (2009). *Undang Undang Republik Indonesia NO 10 Tentang Kepariwisata*. Jakarta, DKI, Indonesia: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Irawan, P. (2007). *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: FISIP UI.
- Irawati, N., & Prakoso, A. A. (2016, September). Terapan Brand “Jogja Istimewa” Terhadap Pengembangan Pariwisata Berbasis Community Based Tourism (Cbt) Di Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 10(3), 65-80. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Jhon, F., Buhali, D., & Rossides, N. (2011). Social Media Impact on Holiday Travel Planning: The Case of the Russian and the FSU Markets. *International Journal of Online Marketing*, 1(4), 1-19.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta, DKI, Indonesia: Erlangga.
- Labbaika, D. R. (2015). *The Effective use of Social Media*. Bachelor Thesis, Erasmus University Rotterdam, Bsc Economics and Business, Rotterdam.
- Linh, D. T. (2012). *Practice of Internet Marketing in Destination Branding*. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen Sumberdaya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nurhayati, N., & Sahrah, A. (2017, mei). Pengaruh Citra Tujuan Wisata Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Intensi Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 11, 69-90. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net/index.php/pariwisata>
- Prodjo, W. A. (2015, Juli 4). *Instagram Efektif Menyebarkan Informasi Pariwisata*. Diambil kembali dari KOMPAS.com: <https://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata>

- Rukmiyati, N. M., & Suastini, N. M. (2016, Oktober 27). Dampak Media Sosial Terhadap Prilaku Wisatawan. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 339-347.
- RUN, V. (2019). *VOLCANO RUN 2019*. Diambil kembali dari www.volcano-run.com: <https://www.volcano-run.com/about/>
- Rustian, R. S. (2012, Maret 1). *Apa itu Sosial Media*. Diambil kembali dari www.unpas.ac.id: <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>
- Satriawati, Z. (2013, Januari). Strategi Pengembangan Desa Wisata Trimulyo Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 7(1), 41-56. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei* (Edisi ed.). Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar, Bali, Indonesia: Pustaka Larasan.
- Syamsu, M. N. (2016, September). Pengembangan Desa Wisata Nganggring Kabupaten Sleman Yogyakarta Pasca Erupsi Gunung Merapi. *Journal Kepariwisata STIPRAM*, 10(3), 29-38. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Tempo.co. (2019, Maret 11). *Ini Istimewanya Volcano Run 2019 di Sleman Yogyakarta*. (Susandijani, Editor) Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://travel.tempo.co/read/1184175/ini-istimewanya-volcano-run-2019-di-sleman-yogyakarta>
- Terttunen, A. (2017). *The influence of Instagram on consumers' travel planning and destination choice*. Hospitality, tourism and experience management. Helsinki: Haaga-Helia University of Applied Sciences.
- Travelinsurance.com. (2018, Juli 1). *How Instagram Has Become an Effective Vacation Planning Tool*. Diambil kembali dari www.travelinsurance.com: <https://www.travelinsurance.com/2018/07/how-instagram-has-become-an-effective-vacation-planning-tool/>
- Triyono, J., Damiasih, & Sudiro, S. (2018, Januari). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampoeng Wisata Di Desa Melikan Kabupatean Klaten. *Jurnal Kepariwisata STIPRAM*, 12(1), 29 - 40. Diambil kembali dari <http://ejournal.stipram.net>
- Wang, Y., & Pizam, A. (2011). *Destination Marketing*. Oxfordshire: CAB International.