

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

Basuki, 2015. Analisis Regresi. Rajawali pers.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15th edition. Pearson Education, Inc.

Kotler, Armstrong. (2015). "Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth # Edition", England: Pearson Education, Inc

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2015). Principle of Marketing, 15 Edition. England: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15th edition. Pearson Education, Inc.

Priansa, D.J., 2017. Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Alfabeta

Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi). Bandung: Alfabeta.

Tantowi, Akhmad., Barudin., dan Suryani, Endang. (2016). Neraca Satelit Pariwisata Nasional. Jakarta

Sumanto. (2014). Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishis Service)

Penelitian Terdahulu

Oktafani, F., Suryawardani, B., 2017. The Effectiveness of Short Messages Service Advertising Using EPIC Model On Consumer Perception and Purchase Intention. *Journal of Physics: Conference Series* 2019

- Suryawardani, B., Hanifa, F. H. Sastika, W., 2017. *Impulsive Buying Behavior: External and Internal Stimuli* in Bandung. *Pertanika Journal Social Science and Humanities JSSH* Vol.25 (S) Aug. 2017, pp.59-68
- Nurlalliya, B., Suryawardani, B., (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Association* Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Journal* (Jurnal Bisnis dan Sosial) Volume 2, Nomor 2, April 2016 (ISSN: 2407-6392) Halaman: 14
- M Disastra, G., Suryawardani, B., & Sastika,W. 2018. Website Atmosphere, Perceived Flow and Its Impact on Purchase Intention. 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)
- N Rahman, J., Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceveid Quality Terhadap Minat Beli Pada Neucentrix Data Center (Studi Kasus Pt. Telkom Bengawan Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*.
- Wahyudi, M. 2019. Pengaruh Produk Wisata Dan Imc Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan Ke Desa Wisata Lamajang Pangalengan Kab. Bandung Tahun 2019
- Naibaho, A., Yuliati, A. L., 2017. Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Produk Body Mist (Studi Pada the Body Shop di Trans Studio Mall Bandung), *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No 1, Juni 2017, 25-38 ISSN 2442-4943
- Almanda, M. I . 2015. Pengaruh *Brand Personality* Sepatu Nike Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom)
- Putri, Yulvina Kusuma, 2014. Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap Di The Ardjuna *Boutique Hotel and Spa*: Survei Pada Tamu Individu Yang Menginap Di The Ardjuna Boutique Hotel and Spa
- Iqbal, N, 2014. Pengaruh *Brand Personality* Sepatu Converse Terhadap Minat Beli

Pelajar Dan Mahasiswa Di Kota Bandung

Putra, D. A., 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (Studi Pada Stasiun Bandung)

Randi, N. A., 2019. Pengaruh Dimensi Kepribadian Merek pada Niat Pembelian Mobil Toyota Yaris di Provinsi Lampung

Febrica, C., 2020. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Pada Layanan Go-Food Dan Grab Food Di Pulau Jawa

Internet

www.kemenparekraf.go.id, diakses tanggal 23 juni 2020

<https://www.bps.go.id/>, diakses tanggal 23 juni 2020

<https://lokadata.id/> diakses tanggal 23 juni 2020

<https://money.kompas.com> diakses tanggal 17 juni 2020

<https://www.cnnindonesia.com> diakses tanggal 17 juni 2020

<https://www.tagar.id> diakses tanggal 17 juni 2020