

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, L. Z., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Bata Red Label di Kota Bandung. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*
- Dipura, B. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-IXION. *Fakultas Ekonomi UNJ: Jurnal Nasional*.
- Fatqurrohman, T., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMax (Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Yamaha NMax di Kota Bandung Tahun 2016). *EProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Febriantini, D. N. (2013). PROGRAM VISIT BANTEN 2013 DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI BANTEN. *Repository.Widyatama.Ac.Id.* <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/3811>
- Fernanda, I. V. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko Terhadap Niat Pembelian Produk Merek Toko Indomaret di Surabaya. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendriantoko, Z. A. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah Bandung. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Prestice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Ramadani, A. M. A., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Piaggio Vespa Di Kota Bandung 2016). *EProceedings of Applied Science*, 2(3).
- Ramdani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cab. Bandung di Wilayah Bandung. *Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id.*
- RIFLIATI, C. D. (2019). PENGEMBANGAN PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (Studi pada Pengembangan Objek Wisata Pantai Serang dan Pantai Tambakrejo di Blitar). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/>.

- Saputri F, A., Fauzi, A., & Irawan, A. (2018). Pengaruh City Branding terhadap ity Image dan Keputusan Berkunjung ke Kota Wisata Batu. *Administrasi-bisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id*, 54.
- Sejarah Singkat Disbudpar Kota Bandung. (2016). *PPID Kota bandung*, 2.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Yuniarti, V. S. (2015). *PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

**Website:**

“Siaran Pers Rakornas Kepariwisata ke-IV: Indonesia Incorporated, Meraih Target 15 Juta Kunjungan,” *kemenpar.go.id*. <http://www.kemendparekraf.go.id/post/siaran-pers-rakornas-kepariwisataan-ke-iv-indonesia-incorporated-meraih-target-15-juta-kunjungan>.(accessed Jan. 27, 2020).

“Kota Bandung - Website Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat.” <https://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1060> (accessed Jan. 27, 2020).

PPID Kota Bandung, “Visi dan Misi Disbudpar Kota Bandung,” *Https://ppidbandungoidknowledgebasesejarah-Singk.-Disbudpar-Kota-Bdg.*, p. 1, 2016.

<https://www.disbudpar.bandung.go.id/>

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pariwisata/jabar.tribunnews.com>