

## DAFTAR PUSTAKA

---

- [1] Nurlena, "Tourist Perception Of The Tourism Products In Merangin Geopark, Jambi, Indonesia," *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2016.
- [2] A. D. Tari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung ((Studi Kasus Pada Wisatawan Bukit Sakura)," *Universitas Lampung*, 2019.
- [3] Nurlena, Musadad and H. A. Suryana H. Acmad, "Pengembangan Wisata Berbasis Persepsi Pengunjung Di Kampung Agrowisata Seni Budaya Pasangrahan Ujung Berung, Kota Bandung.," *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, vol. 10, 2019.
- [4] A. Ariadi, M. W. Yusniar and A. Rifani, "PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin)," *Jurnal wawasan Mannajemen*, vol. 7, 2019.
- [5] Z. A. Tayibnapi and M. S. Sundari, "MEMACU PARIWISATA INDONESIA BERDAYA SAING: LAPORAN AKHIR PENELITIAN DASAR UNGGULAN PERGURUAN TINGGI," *Universitas Surabaya*, 2020.
- [6] I. K. Suwena and I. G. N. Wiyadmaja, "Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata," *Pustaka Larasan*, 2017.
- [7] A. F. Muhammad, "Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wigmen Denim Bandung," *Open Library Telkom University*, p. 23, 2016.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management (15 th ed)*, Pearson: Limited, 2016.
- [9] T. A. Prianti, "Prianti, Tria Ayu. 2017. "Pengaruh Promosi, eWom, daya Tarik Wisata, dan Pelayanan Biro Jasa Transportasi Terhadap Minat Wisatawan (Studi Pada Anak Gunung Krakatau)," *Universitas Lampung*, p. 5, 2017.

- [10] Lovelock, "Lovelock. 2016. Service Marketing.," *U.S Word Scientific Publishing.*, vol. 8, 2016.
- [11] H. Malau, Manajemen pemasaran. Bandung: CV Alfabeta., Bandung: Cv Alfabeta, 2017.
- [12] A. I. Azni, "Pengaruh Promosi Penjualan Di Media Sosial Instagram Terhadap Respon Followers Domino Pizza," *Open Library Telkom University*, p. 31, 2019.
- [13] N. A. Harahap, "Pengaruh Promosi Melalui media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiket.com," *Open Library Telkom University*, p. 3, 2019.
- [14] J. Efendi and Ari, Prinsip - prinsip pemasaran. 2015, Yogyakarta: Andi, 2015.
- [15] Manus, Fanly and B. Lumanaouw, "Kualitas Produk, Harga dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Kartu Prabayar di Kelurahan Wawalintouan Tondono Barat," *Jurnal EMBA 3 no 2*, 2015.
- [16] A. F. Muhammad, "Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wigmen Denim Bandung," *Open Library Telkom University*, p. 24, 2016.
- [17] A. Salim and N.Rachma, "Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone OPPO Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Manajemen*, p. 3, 2020.
- [18] A. Hendrajati, "Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Dan Brand Trust Yamaha," *Universitas Negeri Yogyakarta.*, p. 5, 2016.
- [19] A. Anjani, "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon (Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Revlon di Yogyakarta)," *Universitas Negeri Yogyakarta*, p. 15, 2017.
- [20] O. R. K. Caroline and M. Brahmana, "Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Statification Pada Merek Imaparts," *AGRORA*, 2018.
- [21] W. W. Supriadi and I. K. Ginanjar, "Supriadi, Wahyu Wiyani, dan Ginanjar Indra KuPENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN," *Jurnal Bisnis Manajemen*, vol. 4, p. 21, 2016.

- [22] Sugiyono, Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Kota Bandung: Alfabeta, 2017.
- [23] S. Sarosa, Dasar - Dasar Penelitian Kualitatif. Jakarta Barat: INDEKS, Jakarta: INDEKS, 2017.
- [24] Nurlena, Musadad and H. A. Suryana H. Acmad., "Pengembangan Wisata Berbasis Persepsi Pengunjung Di Kampung Agrowisata Seni Budaya Pasangrahan Ujung Berung, Kota Bandung," *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, vol. 10, 2019.
- [25] J. Creswell, "Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches," *SAGE Publications, Inc*, vol. 4 th, p. 60, 2014.
- [26] P. Kotler and G. Amstrong, Prinsiple of Marketing, New Jersey: Pearson Education Limited., 2018.
- [27] Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi, Bandung: Alfabeta, 2018.
- [28] Sujarweni, METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI, Bandung: Salemba, 2015.
- [29] Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [30] H. Fenti, Metodologi Penelitian, Depok: Rajawali Pers, 2018.
- [31] widodo, METEDEOLOGI PENELITIAN POPULER DAN PRAKTIS, Depok: Rajagrfindo, 2017.