

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (pertama). Deepublish.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2017). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 70. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- UU No. 32 Tentang Peraturan Daerah Yang Berisi Otonomi Daerah, (2004).
- UU No.4 tentang kepariwisataan, Pub. L. No. 4 (2009).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryati, T., & Wahid, J. (2018). Pengaruh City Branding “Beautiful Malang”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Malang 2017). *Sketsa Bisnis*, 5(2), 123–132.
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.410>
- Jannah, B., Arifin, Z., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(1), 1–7.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Malik, M. I., Wilopo, & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh City Branding “the Soul of Madura” Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kabupaten Sumenep. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 73–79.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Mitra wacana Media.
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 4.

- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Skripta Media Creative.
- Purnomo, A. K. (2019). *DENGAN IBM SPSS*.
- Putra, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh City Branding “The Heart of East Java” pada Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung ( Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kabupaten Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 151–158.
- Putri, B. R. T. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan ) ( The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions ( Study of JNE Express Users in South Surabaya )). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 1–7.
- Samsu. (2017). Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development. In M. P. . Dr. Rusmini, S.Ag. (Ed.), *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)* (1st ed.). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. SALEMBA EMPAT.
- Saputri, A. F., & Irawan, A. (2018). PENGARUH CITY BRANDING TERHADAP CITY IMAGE DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KOTA WISATA BATU ( Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Wisata Batu ). *Administrasi Bisnis*, 54(1), 82–91.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara(Persero),Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square*. 2(November).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. IN MEDIA.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra

Merek terhadap Pembelian Produk Iphone ( Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi ). *Cakrawala*, 3(1), 1–10.

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (19th ed.). CV. ALFABETA.

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development* (S. Y. Suryandari (ed.)). ALFABETA.

Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methode)*. (edisi 4). CV. ALFABETA.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

Utama, I. G. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.

Wandari, L. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh City Branding “ Shining Batu ” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–6.

Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan (dengan Excel dan SPSS)*. UPP STIM YKPN.