

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, M. (1992). *Strategi Penelitian Pendidikan dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fadiati, A. (2013). *Mengelola Usaha Jasa Boga yang Sukses*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hafsah, M. J. (2015). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokup*, 12(25).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajement*. England: Pearson.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pitana, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Andi.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama.
- Rasyid, H. A. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan: Resaearch and development*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

- Suwarman, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Utama, I. G. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wood, R. C. (2013). *Key Concepts in Hospitality Management*. Los Angeles: Sage.
- Yoeti, O. A. (2013). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Jurnal

- Anderson, P. M., & He, X. (1998). Proce Influence and Age Segments of Beijing Consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 159.
- Bagus, D. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Manajemen, Bahan Kuliah Manajemen*, 6.
- Chan, A. (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43.
- Herawati, T., Rudatin, C. L., & Akbar, D. (2015). Potensi Kota Bnadung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Perkembangan Ekonomi Kreatif. *Epigram*, 11(2).
- Napompech, K., & Kuawiriyapan, S. (2011). Factors Affecting the Second Hand Clothes Buying Decision of Thai Women. *International Journal of Arts and Sciences*, 207.
- Park, C.-H., & Kim, Y.-G. (2003). Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior in an Online Shopping Context. *Emerald: International Journal of Retail and Distribution Management*, 25.
- Petra. (2013). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. 2(1).

- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Peilihan Pasar Swalayan Sebagai tempat berbelanja. *jurnal studi ,amajemen dan organisasi*, 3.
- Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1989). The Effect of Price, Brand name, and Store Name on Buyers' Perceptions of Product Quality: An Integrative Review. *Journal of Marketing Research*, 356.
- Rasyid, D. A. (2015, Desember 11). Gubernur Jabar Terima Penghargaan Ke-192. *Jurnal Priangan*, hal. 1.
- Rasyid, D. A. (2016, Januari 7). Pertumbuhan Ekonomi Jabar Meningkatkan di Tahun 2016. *Jurnal Priangan*, hal. 1.
- Razati, G., Sumiyati, & Masharyono. (2016). Analysis Factor Affecting Students' Satisfaction with Academic Services Based on Servqual. *Atlantis Press*, 270.
- Senen, S. H., Sumiyati, & Masharyono. (2016). The Effect of Skill Variety, Task Identity, Task Sigificance, Autonomy and Feedback on Job Performance. *Atlantis Press*, 585.
- Soemanto, R. (2010). Sosiologi Pariwisata. z *SOSI4415/MODUL 1*, 15.
- Sudrajat, A. (2017, Januari Jumat). Jawa Barat dikunjungi 46.1 juta wisatawan pada 2016. *Antara News*, hal. 1.
- Sukotjo, H., & Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7p (Product, Price, promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 217.

Web

- Perpustakaan Nasional*. (2016, Oktober 13). Diambil kembali dari Kepustakaan Presiden : http://kepuustakaan-presiden.perpusnas.go.id/government_regulation/?box=list_245&search_jenis=UU&presiden_id=6&presiden=sby