

DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto, & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding, Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung.
- Adiwijaya, M. (2007). Analisa Strategi Reposisi Merek Dalam Persaingan Pasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 66–72.
- Arief, A. . (2005). *Pengantar Perhotelan dan Restoran*. (G. Ilmu, Ed.). Yogyakarta.
- Basrowi, S. Dan. (2009). *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Buchari, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata.Pemasaran dan Brand Destinasi, Ke1*.
- Ferdinand Augusty. (2006). *Metode Penlitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Alfabeta, Ed.). Jakarta.
- Keller, K. L. (2009). *Brand Planning. Shoulder Of Giants*, 1–64.
- Kotler, P And G, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P And G, A. 2012. (2012). *Marketing : An Introduction*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. (2012). *The Principles Of Marketing*.
- Kotler, P. Dan K. L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*.
- Kotler, P. Dan K. L. K. (2009). *Marketing Management*.
- Marwani, E. (2011). *Modul Pengantar Periklanan*.
- Herlina, Nina. 2006. “Makanan Tradisional MasyarakatBanten”, dalam Adeng dan SinduGalba. *Sistem Teknologi Tradisional*, Bandung: Balai Kajian Sejarah danNilai Tradisional, hlm. 95-96.
- Nuryanto. (2006). *Kontinuitas Dan Perubahan Pola Kampung Dan Rumah*.
- Permen Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2014), Pasal 1 No 2.
- Pitana, I. G. Dan K. S. D. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata. 2009*.

Putra, Heddy Shri Ahimsa. “Peran dan FungsiNilai Budaya dalam Kehidupan Manusia”, *Makalah dalam DiklatPeneliti Tingkat Lanjutan*, Jakarta, 15-22 Januari 2007.

Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian*. (Alfabeta, Ed.). Bandung.

Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. (S. Empat, Ed.). Jakarta.

Soekresno. (2000). *Manajemen Food And Beverage*. (G. P. Utama, Ed.). Jakarta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*.

Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bandung*. Yogyakarta. Universitas Gajah mada

Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.

Utama, R. (2012). *Pengantar Industri Pariwisata & Perhotelan*. (C. A. Offset, Ed.). Yogyakarta.

Wijanarko, A. B. S. Dan Hilmawan. (2004). *Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*.

Dokumen

Badan Pusat Statistika Provinsi Jawa Barat (2019). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Provinsi Jawa Barat 2013-2018*.

Website

Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2013). Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif, 7. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004> diakses bulan 22 Februari 2019

Menteri Hukum Dan Ham Ri. Undang-Undang Tentang Kepariwisata

(2009).Indonesia. <https://doi.org/10.2174/138920312803582960> diakses bulan 10 Oktober 2018

Menteri Kesehatan Republik, & Indonesia. (1989). Peraturan Menteri Kesehatan No . 304 Tahun 1989 Tentang : Persyaratan Kesehatan Rumah Makan Dan Restoran, (304).
http://jdih.pom.go.id/produk/peraturan%20menteri/PERMENKES_NO.304_Me_nkes_Per_IV_1989_Tentang%20PERSYARATAN%20KESEHATA_1989.pdf
 Diakses bulan 22 Februari 2019

Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 tahun 2009. *Tentang Kepariwisataaan Dengan Persetujuan Bersama Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia Dan Presiden Republik Indonesia.*
https://www.ekowisata.org/uploads/files/UU_10_2009.pdf diakses 13 Februari 2019

Andari, R. (2014). *Pengaruh Brand Positioning Wonderful Indonesia Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Untuk Berkunjung Ke Indonesia.*
<http://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1983/1366> diakses 22 Oktober 2018

Skripsi

Asyifa, F. N. (2014). *Pengaruh Brand Positioning Restoran Sangkuriang Sebagai “Ahlinya Sup Ikan” Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Konsumen.* Universitas Pendidikan Indonesia

Muhammad, F. (2016). *Pengaruh Brand Positioning Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti “Unyil” Venus (Studi Kasus Pada Pengunjung Roti Unyil Venus) Fachri Muhammad.* Institut Pertanian Bogor

Tri, A. A. (2014). *Pengaruh Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Sapulidi.* Universitas Pendidikan Indonesia

Turgarini, D. (2017). *Restoran Sebagai Atraksi Warisan Budaya Gastronomi Di Kota Bandung.*