

DAFTAR PUSTAKA

- Ariszani M., Suharyono., Kumadji S. 2015. *Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan serta Dampaknya pada Minat Beli*. Malang: Universitas Brawijaya
- Bhartoko, Edo. 2009. *Cara Membuat Paket Wisata*. Semarang. Dari: <http://www.edutourism.eu.pn> (diakses pada 25 April 2017)
- STP Sahid Jakarta. 2015. *Modul Manajemen UPW*. Jakarta: STP Sahid Jakarta
- Chai, Wan. 2013. *Tourism and Hospitality Studies*. Hongkong: Education Bureau
- Dewi, Ike Janita. 2011. *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing)*. Yogyakarta: Penerbitan Pinus Book Publisher
- Fitriani, Putri. 2012. *Pengaruh Kegiatan Corporate Social Responbillity terhadap Citra Perusahaan*. Depok: Universitas Indonesia
- Hakim, Lukmanul. 2010. *Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional*. Salatiga: STIE AMA Salatiga
- Hamzah, Reza Muhammad. 2015. *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Meeting Package di Hotel Santika Bandung (Survey terhadap PIC Grup yang Melakukan Pembelian Meeting Package di Hotel Santika Bandung)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Malang
- Kurnia, Devi Apriliyanti. 2010. *Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Kereta Api (Persero) Bandung (Suatu Survei pada Konsumen Pengguna Kereta Api Argo Gede Bandung – Jakarta di Stasiun Bandung)*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia
- Lupiyoadi R dan Ikhsan B R. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta Selatan
- Maharani, Mira. 2016. *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Rombongan di Deji Tour Bandung (studi kasus pada pengguna paket wisata Deji Tours Bandung)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Nugroho, Albertus Wisnu. 2010. *Pelaksanaan Personal Selling dalam Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor*

Honda pada CV Aceh Honda Bandung. Bandung: Universitas Komputer Indonesia

Paramaaji, Gita Pilar. 2014. *Analisis Pengaruh Promotion Mix terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Universitas Diponegoro

Pratiwi M S., Suwendra I W., Yulianthini N N. 2014. *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha

Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

Rachmawati, Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*, *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol 2, No. 2.

Ramadhani. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik melalui E-Commerce dengan Persepsi Resiko sebagai Variabel Mediator*. Malang: Universitas Brawijaya

Rompas, Angelica Maria. 2014. *Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian oleh Nasabah PT. Bank DKI (Studi Kasus Nasabah Bank DKI Kantor Cabang BSD)*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Jakarta.

Sarjono H dan Julianita W. 2013. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta

Suwandi Dwi dan Iman Mulyana. 2007. *Citra Perusahaan*. Jakarta. Dari: <https://oeconomicus.files.wordpress.com/2007/07/citra-perusahaan.pdf> (diakses pada tanggal 25 April 2017)

Zuliatin. 2016. *Pengaruh Personal Selling, Direct Marketing dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar*, *Jurnal An-Nisbah*, Vol. 3, No. 01.