

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Whize Prime Hasanuddin di Kota Makassar. *Marketing Strategy*, 1(1), 1–15.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Bungin, B. (2017). Konstruksi Realitas Brand Destinasi Wajah Manis Destinasi Pariwisata. *Prosiding, Seminar, Dan Call for Paper Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 13–25.
- Esrarn, M. J. (2006). Analisis pasar pariwisata dalam pembangunan kota tanjungpinang provinsi kepulauan riau. 1–203. [http://eprints.undip.ac.id/18415/1/M.\\_Juramadi\\_Esrarn.pdf](http://eprints.undip.ac.id/18415/1/M._Juramadi_Esrarn.pdf)
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Fatimah, H. S., MohdTajuddin, R., & Shakir, Z. A. (2015). Creating resilient SME through brand identity (case study of Bumiputera fashion entrepreneurs in Malaysia). *International Academic Research Journal of Social Science*, 1(2), 264–282. <https://vpn.gw.ulg.ac.be/wp-content/uploads/DanaInfo=www.iarjournal.com+36-P264-282.pdf>
- Febrihan, L. (2017). Dampak Pertumbuhan Bisnis Franchise Waralaba Minimarket Terhadap Perkembangan Kedai Tradisional Di Kota Binjai. *Journal Manajemen Tools*, 53(9), 1689–1699.
- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 58. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i1.24578>
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>

- Masruroh. (2018). *Analisis Branding Dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat*.
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 111. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p17>
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- Muzaiyin, A. M. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Qawanin*, 2(1), 75.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah. *Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara*.
- Syafrizal Helmi, M. S., & Lutfi. (2014). Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis. In *Edisi ke 3*.
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. <https://penerbitbukudeepublish.com/shop/buku-pengantar-industri-pariwisata/>
- Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(1), 56–65. <https://media.neliti.com/media/publications/87665-ID-strategi-pengembangan-destinasi-pariwisa.pdf>
- Zed, M. (2004). *Metode peneletian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.