

DAFTAR PUSTAKA

- Aleonita, S., & Andjarwati, A. L. (2020). City Branding Shining Batu dan E-WOM serta Pengaruhnya terhadap Niat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Wisatawan di Kota Batu). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 748–755.
- Alfianto, E.A. Fazizah, A. Mufida, N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)* 5 (1), 1-14
- Alfianto, E. A, Fazizah, A. (2019). Perbandingan Peran Pekerja Pria Dan Pekerja Wanita Terhadap Jumlah Hasil Kerja Memetik Daun Teh. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277
- Anam, K. Fazizah, A. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Ayo Src, Pembinaan Program Src Dan Keberagaman Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Klontong Di Kabupaten Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4), 912-922
- Ananda, Y., Alvianna, S., Anisa Zuhria, S., Paramita, D., & Hidayatullah, S. (n.d.). *Pengaruh City Branding terhadap Keputusan Bekunjung Wisatawan ke Kota Yogyakarta melalui City Image.*
- Ahwan, Z., & Marzuki, M. E. (2021). Model Konstruksi Komunikasi antar Faith Based Organization dalam Meminimalisir Interfaithconflict pada Pelestarian Adat dan Tradisi Budaya Suku Tengger Tosari Pasuruan. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 136-149.

- Astuti, O.P. Fazizah, A. (2023). Membangun brand love melalui digital sensory marketing: dimediasi oleh brand experience (Studi pada konsumen J.CO Donuts & Coffe Malang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4): 131–141.
- Avivah, N., Yuwita, N., & Ahwan, Z. (2023). Bad Influence Sosmed Pada Kawasan Wisata Tretes Terhadap Pola Pikir Psikologi, Life Style Generasi Muda Pasuruan (Tinjauan Teori Determinisme Teknologi). *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 109-120.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19: (Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Dwi, M. S., Sudirman, R., & Asyriana, S. (2023). ANALISIS PENGARUH CITY BRANDING, VIRAL MARKETING DAN EWM TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE BANYUWANGI. *Analisa: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 45–55.
- Fadilah, K. Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Resiko Investasi terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2 (3), 164-175.
- Farikha, A. Fazizah, A. (2023) Pengaruh Digital Marketing Dan Service Quality Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Cempaka Prigen Pasuruan). *Jurnal Spektrum Ekonomi*. Vol 7, No 9 September 2024, Hal 29-39.
- Fazizah, A. Agustin, N. F. (2023). Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan

Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan AKuntansi* 3 (3), 137-152

Fazizah, A. Gunatrayana, I. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam *membentuk* Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur *JIABI* – Vol. 4 No. 1.

Fazizah, A. Sukoharsono, E. G. (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). *Profit: Jurnal Administrasi* Vol. 10. No 2.

Haryati, T., & Wahid, J. (2018). Pengaruh City Branding “Beautiful Malang”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung, dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 5(2), 123–132.

Huda, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 261–275.

Indrawati, I., Muyasaroh, S., & Ahwan, Z. (2022). Analisis Makna Simbolik Larung Tumpeng Pada Upacara Distrikan di Danau Ranu Desa Ranuklindungan Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 307-315.

Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh city branding pada city image dan keputusan berkunjung wisatawan ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41–52.

Kusumawati, A., Wusko, A. U., Suharyono, S., & Pangestuti, E. (2021). Relational benefits on customer satisfaction: Sharia empirical study in Indonesia. *Utopía y*

praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social, (1), 312-320.

- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580-1593.
- Nurhayati, A., Fata, K., Yusrawina, Y., & Chadafi, M. F. (2023). DETERMINASI DAYA TARIK, PHYSICAL EVIDENCE, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA HUTAN LINDUNG KOTA LANGSA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(10), 4906–4918.
- . Maula, F. Fazizah. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, Privasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Fintech Flip (studi pada Pengguna Aplikasi Flip Di Akun Instagram Flip_ID). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4). 131-141
- Mun'im, N.N, Fazizah, A. (2023). Pengaruh green storytelling marketing dan elektronik word of mouth terhadap purchase intention melalui brand equity pada produk NPURE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4). 131–141
- Pakarti, S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2017). *Pengaruh city branding dan event pariwisata terhadap keputusan berkunjung serta dampaknya pada minat berkunjung kembali ke Kabupaten Banyuwangi*. Brawijaya University.
- Prakoso, B. D., & Marlina, N. (2020). PENGARUH CITY BRANDING DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI LUMPUR SIDOARJO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Prianto, A. (2023). PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI

DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.

Purwowidhu, C. (n.d.). *Ekonomi Indonesia: Tumbuh Tangguh di 2023, Bagaimana di 2024?* Media Keuangan. Retrieved February 23, 2024, from <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/ekonomi-indonesia-tumbuh-tangguh-di-2023-bagaimana-di-2024%0D>

Purwowidhu, C. (2023). *Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi.* 16 Mei. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi%0D>

Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan viral marketing terhadap minat berkunjung dan keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21.

Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social) : Indonesian Digital Report 2023.* Data. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/%0D>

Saputra, S. Fazizah, A.. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di Indonesia. *Journal of Management Sciences*, 3 (3), 143-152

Utomo, P., Safitri, E., & Azis, A. (2022). The Influence Of City Branding And City

Image On Visiting Decisions And Their Impacts On Visit Interest Back To Madiun City. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 6(2), 9–19.

Yuli, A. (2011). city Branding sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata ditinjau dari Aspek Hukum Merek (Study Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai daerah Tujuan Wisata Unggulan di Indonesia). *Ilmiah Ilmu Hukum QISTI*.