

DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. (2013). Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*. ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839. Vol.5, No.1, 2013
- Al-Qur'an dan terjemahannya. (2008). Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Andryani, D. (2016). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control Pelanggan Non-muslim terhadap Intention To Purchase. In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention—evidence from Pakistan's Halal food sector. *Management Research Review*, 38(6), 640-660.
- Barudin, Fitriyani I. A., Indriati D. (2016). *Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara 2016*. Kementerian Pariwisata
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2006). Muslim consumer's motivations towards meat consumption in Belgium: qualitative exploratory insights from means-end chain analysis. *Anthropology of food*, (5).
- BPS. (2010). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. Diakses pada tanggal 6 Mei 2018 dari <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>.
- BPS. (2015). *Mengulik Data Suku di Indonesia*. Diakses pada tanggal 6 Mei 2018 dari <https://www.bps.go.id/news/2015/11/18/127/mengulik-data-suku-di-indonesia.html>.
- BPS. (2017). *Istilah*. Diakses pada tanggal 16 Desember 2017 dari www.bps.go.id/index.php/istilah/index?Istilah_page=4

- David, W., Aurino R. A. D. (2018). Metode Statistik untuk Ilmu dan Teknologi Pangan. Jakarta: Universitas Bakrie Press
- Handayani. (2015). Asia Masih Menjadi Tujuan Favorit Wisatawan Indonesia. Diakses pada tanggal 22 Januari 2017 dari <http://republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/15/09/27/nvbaw5359-asia-masih-menjadi-tujuan-favorit-wisatawan-indonesia>
- Harianto, G. (2015). Studi: Wisatawan Indonesia Konsumtif Saat Traveling. Diakses pada tanggal 22 Januari 2017, dari <https://www.google.co.id/search?hl=en-US&oe=utf-&client=ms-android-asus&q=wisatawan+indonesia+lebih+konsumtif&qsubs=1516594338087&source=browser-type&devloc=0>
- Haron, Azhari. (2017). Wisatawan Indonesia Nomor Dua Terbanyak Berkunjung Ke Malaysia: Survey Malaysia Tourism Promotion Board. Diakses pada tanggal 13 Januari 2017 dari <http://bangka.tribunnews.com/2017/03/09/wisatawan-indonesia-nomor-dua-terbanyak-berkunjung-ke-malaysia>
- Henderson, Joan C. (2015). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. Tourism Management Perspectives 10.1016/j.tmp.2015.12.006
- Hendricks, J. & Noor Al-Deen, H. 2011. Social Media. Usage and Impact. Lexington Books.
- Hootsuite and We Are Social. 2018. Digital in 2018 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World. Diakses pada tanggal 25 Juni 2018 dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
- Hui, Zhou. (2017). Kunjungan Wisman Cina ke Indonesia Capai 2 Juta Orang. Diakses pada tanggal 13 Januari 2017 dari <https://nasional.sindonews.com/read/1243342/15/2017-kunjungan-wisman-cina-ke-indonesia-capai-2-juta-orang-1506496006>

- Hyonjae, O.H. (2017). Indonesia Masuk 10 Besar Turis yang Paling Banyak ke Korea : Survey Korea Tourism Organization (KTO). Diakses pada tanggal 13 Januari 2017 dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-3424179/indonesia-masuk-10-besar-turis-yang-paling-banyak-ke-korea>)
- Ishizaki, Katsuhisa. (2016). Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Jepang Melonjak Tajam: Survey Joint Press Briefing. Diakses pada tanggal 18 Januari 2017 dari <http://travel.kompas.com/read/2017/01/25/192500127/kunjungan.wisatawan.indonesia.ke.jepang.melonjak.tajam>
- Kementrian Pariwisata. (2016). Neraca Satelit Pariwisata Nasional 2016. Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata.
- Kementrian Pariwisata. (2016). Statistik Profil Wisatawan Nusantara : Profil Penduduk Indonesia yang Melakukan Perjalanan. Jakarta.
- Koh, Erdward. (2017). Turis Indonesia Dominasi Kunjungan Wisatawan Asing ke Singapura: Survey Singapore Tourism Board. Diakses pada tanggal 13 Januari 2017 dari <http://travel.kompas.com/read/2017/05/05/201500127/turis.indonesia.dominasi.kunjungan.wisatawan.asing.ke.singapura>
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 249-262.
- Kusrini, T., et al. (2017). Pengaruh Atribut Rumah Makan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 42 No.1 Januari 2017
- Kwon, D. Y. (2015). What is *Ethnic Food*. *Jurnal of Ethnic Food*. *Journal of Ethnic Food*. 2015.02.001
- Min K. H. & Han S. (2017). Local consumers' perceptions and preferences for Asian *Ethnic Foods*. *International Journal of Tourism Sciences*. 17:3, 165-179, DOI: 10.1080/15980634.2017.1349628

- Nguyen, B., & Rowley, C. (2015). Ethical and social marketing in Asia. UK : Elsevier
- Omar, S. R., *et al.* (2017). Safeguarding Malaysian Heritage Food (MHF): The Impact of Malaysian Food Culture and Tourists' Food Culture Involvement on Intentional Loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 172 (2015) 611 – 618
- Poerwanto, Endy. (2017). Wisata Belanja, Favorite Wisatawan Indonesia ke Luar Negeri. Diakses pada tanggal 9 Desember 2017 dari <http://bisniswisata.co.id/wisata-belanja-favorite-wisatawan-indonesia-ke-luar-negeri/>
- Prescotta, J. (2002). Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food Quality and Preference* 13 (2002) 489–495
- Prescotta, J. (2002). Motives for food choice: a comparison of consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. *Food Quality and Preference* 13 (2002) 489–495
- Purnomo, Albert Kurniawan. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Café. Volume 16, Nomor 2, Mei 2017, pp 133-212.
- Ramapuram, Batra. (2006). The Effect of Restaurant Attributes on Customers' Overall Perception and Return Patronage: A Case Study on Ebony Restaurant, Bangalore, India. *Journal of Management*. Vol 4, No.2 p.32-37
- Richardson, N., Gosnay, R. & Carroll, A. 2010. A quick start guide to social media marketing: high impact low-cost marketing that works. London; Philadelphia: Kogan Page.
- Ruswanti, E. (2016). The Impact of the Impulse Buying Dimension and Cherry Picking: an Empirical Study (Consumers Case Study in a Mall in Central Jakarta). *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31(1), 81-98.

- Sampurno, A. (2017). 4 Penyebab Melonjaknya Permintaan Paspor di Indonesia Tahun 2017. Diakses pada tanggal 25 Juni 2018 dari <https://travel.kompas.com/read/2018/01/08/211000027/4-penyebab-melonjaknya-permintaan-paspor-di-indonesia-tahun-2017>.
- Schueller, M. (2017). Turis di Asia Pasifik Jadikan Kuliner sebagai Penentu Tujuan Wisata. Diakses pada tanggal 9 Januari 2017 dari <http://www.beritasatu.com/ekonomi/167193-36-turis-di-asia-pasifik-jadikan-kuliner-sebagai-penentu-tujuan-wisata.html>
- Seaton, P. & Takayoshi, Y. (2015). Japanese Popular Culture and Contents Tourism. Vol. 27, No. 1, 1-11. *Int. J. Educ. Po. Res. Rev.* Vol. 4 (9), pp. 203-209
- Sekaran, U. (2000). *Metodologi Penelitian Edisi 4*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Seo, S., Kim, O. Y., Oh, S., & Yun, N. (2013). Influence of informational and experiential familiarity on image of local foods. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 295-308. Idom Ting H.
- Siahaan, F. X. (2018). Asia Tenggara Masih Tujuan Liburan Favorit Orang Indonesia. Diakses pada tanggal 25 Juni 2018 dari <http://traveling.bisnis.com/read/20180109/224/724585/asia-tenggara-masih-tujuan-liburan-favorit-orang-indonesia>
- Singapore Tourism Board. (2013). *Indonesia – STB Market Insight*. STB, Singapore.
- Singapore Tourism Board. (2014). *Singapore Tourism Board : Year-in-Review 2016*. STB, Singapore.
- Soesilowati, E. S. (2011). Business opportunities for halal products in the global market: Muslim consumer behaviour and halal food consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, 3, 151-160.
- Son, G. R. & Kim, H. R. (2006). Culturally Familiar Environment Among Immigrant Korean Elders. *Journal*, Vol. 20, No. 2, 2006.

- Speece, Mark William. 2000. Value Oriented Shopping Behavior Among Urban Middle Class Vietnamese Consumers. *Asian Academy of Management Journal* Vol. 5, No. 1. 2000.
- Stolovitch, H. D., & Keeps, E. J. (2011). *Telling ain't training*. American Society for Training and Development. United State of America : ASTD Press
- Sukesti, F., & Budiman, M. (2014). The Influence Halal Label and Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 150-153.
- Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2016. *Saatnya Jadi Pokok Perhatian dan Pemerintah*. Buletin APJII Edisi 05 – November 2016
- Survey Global Travel Intensions Study (GTIS). 2015. Hasil Survey Wisatawan Indonesia Lebih Doyan Belanja Dibandingkan Negara Lain. Diakses pada tanggal 9 Desember 2017 dari <http://traveling.bisnis.com/read/20150914/85/472070/hasil-survei-wisatawan-indonesia-lebih-doyan-belanja-dibandingkan-negara-lain>
- Tey, Yeong Sheng, *et al.* (2018). *Personal Values Undelying Ethnic Food Choise : Means-end Evidenve for Japanese Food*. 10.1016/j.jef.2017.12.003
- Ting, H., Tan S. R., John A.N. (2017). Consumption Intention Toward *Ethnic Food* : Determinants of Dayak Food Choise by Malaysians. *J. Ethn Food* s4 (2017) 21- 27
- Trolan Joe. (2017). A Look into Korean Popular Cultures and its Tourism Benefit. *International Journal of Educational Policy Research and Review* Vol.4 (9), pp. 203-209
- Wijaya, Ketut. (2017). *Ini Negara Tujuan Wisata Favorit Turis Indonesia*. Diakses pada 29 Mei 2018 dari <https://travel.kompas.com/read/2017/03/26/120600227/ini.negara.tujuan.wisata.favorit.turis.indonesia>

- Yinghua, L. Jang. (2008). Perceptions of Chinese Restaurants in the US: What Affects Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 28-2009- pp.338-348
- Yoshino, Kosaku. (2010). Malaysian Cuisine: A Case of Neglected Culinary Globalization. In *Globalization, Food and Social Identities in the Asia Pacific Region*, ed. James Farrer. Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.