

DAFTAR PUSTAKA

- Farhanas, S., Nurprapti, N., & Restu, U. (2018). *Destination branding gunung pinang sebagai tujuan wisata di kabupaten serang* [Doctoral dissertation]. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>
- Oliveira, A. F. F. D. (2019). *The influence of Destination Branding and Authenticity on Tourism: Analysing the tourist experience-Case Study of Lisbon* [Doctoral dissertation]. Universidade de Lisboa.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1 (1).
- Suryani, I., & Sofyan, E. (2021). Implementasi Konsepsi Sumpah Pemuda Dalam Konstelasi Berbangsa dan Bernegara Indonesia. *Journal of Sciencetech Research and Development*, 4(2), 543–559. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v4i2.156>
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(03), 175–190.