

Daftar Pustaka

Referensi Buku:

- Cooper, John Fketcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London:Logman
- Bungin, Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajagrafindo: Depok.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kulitatif*. Alfabeta: Bandung
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. PT. Indeks Gramedia: Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada: Malang
- Nallari, Raj. Griffith, Brenda dan Shahid Yusuf. 2012. *Geography Of Growth Spatial Economy and Competitiveness*. Washington: Bank Dunia
- Nicolino, Patricia. F. 2004. *The Complete Ideal Guide: Brand Management*. Jakarta: Prenada
- Putra, Nusa. 2013. *Penelitian Kualitatif IPS*. PT. Remaja Rosda Karya: Bandung
- Rainisto, Seppo. 2009. *How To Brand Nations, Cities, and Destinations*. New York: Palgrave
- Sarwono, S. W. 2015. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Rajawali Pers: Jakarta
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Soekanto, Soejono. 1990. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. PT. Rajagrafindo: Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity*. Edisi Ke Tiga. Wiley: Canada
- Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Ummi. 2014. *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten dan Provinsi Berbasis Identitas*.

Sumber Jurnal

Kavaratzis, Mihalis. (2014). *City Branding: An Effective Assertion of Identity or A Transitory Marketing Trick?*. Vol2, 3, 183 – 194. Palgrave Macmillan

Sumber Penulisan dari Internet

Ardiyansyah, Danus. (2013). Kampung Bahasa Sebagai *City Branding* Kota Pare Kediri (Studi Kualitatif Komunikasi Pemerintah Kabupaten Kediri). Diambil dari: <http://jurnalikom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalikom/article/view/49/43>. (Diakses pada 13 Maret 2018)

Bıçakçı, A. (2010). *Branding The City Through Culture: Istanbul, European Capital of Culture 2010*. Diambil dari: <https://www.jhumansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/2065>. (Diakses pada: 12 Maret 2018)

Bjorer, Emma. (2013). *International Positioning through Online City Branding: The Case of Chengdu*. Diambil dari: <https://www.semanticscholar.org/paper/International-positioning-through-online-city-bran-Bj%C3%B6rner/960346267d392937dc136def9fd0aee48bdcf21c>. (Diakses pada: 10 Maret 2018)

Faridani, Siti. (2016). *City Branding Kota Bandung melalui Bus Bandros* (Studi Kasus: Badan Promosi Pariwisata Kota Bandung). Diambil dari: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/107345/city-branding-kota-bandung-melalui-bus-bandros-studi-kasus-badan-promosi-pariwisata-kota-bandung-.html>. (Diakses pada: 2 Februari 2018)

Jannah, Bidratul. Arifin, Zainul dan Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh *City Branding* dan *City Image* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Banyuwangi. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/85028-ID-pengaruh-city-branding-dan-city-image-te.pdf>. (Diakses pada 5 Februari 2018)

Muktiali, Mohammad. 2012. *Kaji Branding City branding Kota Semarang dengan Kota Di Indonesia (Solo & Surabaya) dan Kota Dunia (Kota Amsterdam)*. JPWK Planologi Universitas Diponegoro. Diambil dari: <http://eprints.undip.ac.id/35296/> (diakses paada 8 Maret 2018)

Lestari, Retno. (2016). Membangun Citra Sebuah Kota dalam Persaingan Global Melalui *City Branding*. Diambil dari: <http://forbiswira.stie-mdp.ac.id/wp-content/uploads/2016/05/Retno-Budi.pdf>. (diakses pada: 25 Februari 2018)

Loho, A. Vanessa. (2014). *City Branding The Conditions For An Effective City Branding: The Case Of Jakarta*. Diambil dari: http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=Penelitian

Detail&act=view&typ=html&buku_id=68218&is_local=1. (Diakses pada: 26 Februari 2018)

Popescu, Virginia. (2017). *From Local to Global With City Branding*. Diambil dari: <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/515>. (Diakses pada: 20 Maret 2018)

Pramuningrum, Dwi. (2016). Strategi *City Branding* Humas Pemerintah Kota Bandung dalam Mewujudkan Bandung *Smart City* Melalui Program *Smart Governance*. Diambil dari: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/139945/bab1/strategi-city-branding-humas-pemerintah-kota-bandung-dalam-mewujudkan-bandung-smart-city-melalui-program-smart-governance.pdf>. (Diakses pada: 14 Februari 2018)

Purwianti, Lily dan Dewi, Ratna. (2014). Analisis Pengaruh *City Branding* Kota Batam terhadap *Brand Attitude* (Studi Kasus Pada *Stakeholder* di Kota Batam). Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/114657-ID-analisis-pengaruh-city-branding-kota-bat.pdf>. (Diakses pada: 13 Maret 2018)

Putra, Rezha. (2016). Strategi *City Branding* Kota Balikpapan dalam Meningkatkan Minat Wisatawan (Studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Balikpapan). Diambil dari: <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/121854/strategi-city-branding-kota-balikpapan-dalam-meningkatkan-minat-wisatawan-studi-pada-dinas-pemuda-olahraga-kebudayaan-dan-pariwisata-kota-balikpapan-.html>. (Diakses pada: 13 Maret 2018)

Riza, Müge. Doratli, Naciye & Mukaddes Fasli. (2011). *City Branding and Identity*. Diambil dari: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281200403X>. (Diakses Pada 1 Maret 2018)

World Tourism Organization (2018), UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284419876 (diakses pada 19 Juni 2018)