

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dimiati. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. RajaGrafindo.
- Dinardi, C. (2015). Cities For Sale : Contesting City Branding and Cultural Policies in Buenos Aries. *Jurnal Admnistrasi Bisnis*.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 20 - 6/E*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Industri Pariwisata Indonesia (2015, 6 17) Retrieved from Kompasiana.com : <https://www.kompasiana.com/fatimahbilqis/54f91910a3331176038b4685/memp-erbaiki-kelemahan-pariwisata-indonesia>
- Industri Pariwisata Indonesia (2015, 6 17) Retrieved from Kompasiana.com : <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Iskandarwasid, & Sunendar, D. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosda.
- Intyaswono, S., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). Peran Strategi City Branding Dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu). *Jurnal Admnistrasi Bisnis*.
- Kabupaten Bogor. (2018). "Sejarah Kabupaten Bogor". (Diakses 28 September 2018 dari: www.bogorkab.go.id).
- Kawi, T. G. (2017). *Strategi City Branding Kota Balikpapan Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan (Studi Pada Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Balikpapan)* Skripsi pada Telkom University. Bandung: tidak diterbitkan.

KBBI, 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). [Online]

Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, [Diakses 26 November 2018].

Kementrian Pariwisata (2010, Januari). “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009” (Diakses 14 Maret 2018 dari: <http://www.kemenpar.go.id>).

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Malaysia: Pearson Education.

Kurniawan, A. R. (2017). *Total Marketing*. Bandung: Alfabeta.

Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Nur, S. Z. (2015). *Pengaruh City Branding “Enjoy Jakarta” Terhadap Citra Kota dan Keputusan Berkunjung Youth Traveler ke Jakarta*. Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta: tidak diterbitkan.

Oktavioni, Z. (2018, 5 18). Retrieved from [Republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/18/03/17/p5qf6i366-kawasan-wisata-puncak-ramai-dikunjungi-wisatawan](https://www.republika.co.id)

Prasetyo, A. A., & Ridwanudin, O. (2016). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jendela Alam. *Jurnal Tourism And Hospitality Essentials*, 2.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Priherdityo, E. (2017, Januari Rabu). *Wisatawan Jadi Ragu Ke Puncak Karena Macet*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170104142125-269-184022/wisatawan-jadi-ragu-ke-puncak-karena-macet](https://www.cnnindonesia.com).

Primasari, Ina. (2014). *City Branding Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang “City Branding Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Solo”*. Skripsi pada Universitas Sebelas Maret. Surakarta: tidak diterbitkan.

Purwanto, U., Soliha, E. (2017). Influence of City Branding, Brand Identity, and Brand Image on Visiting Decision to Pekalongan City. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

Putra, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh City Branding "The Heart Of East Java" Pada Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 152.

- Putra, R. T. (2016). *Strategi City Branding Kota Balikpapan Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan (Studi Pada Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Balikpapan)* Skripsi pada Telkom University. Bandung: tidak diterbitkan.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Admnistrasi Bisnis*, 2.
- Riduwan, K., & Engkos, A. (2014). *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, K., & Engkos, A. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan* *Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Saputri, A. F., Fauzi, A., & Irawan, A. (2018). Pengaruh City Branding Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Batu (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Wisata Batu. *Jurnal Admnistrasi Bisnis*, 2.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis*. Jakarta. PT. Elex Media.
- Sarwono, J. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode Suksesif*. Jakarta: Erlangga.
- Schmiz, A., (2016). Staging A ‘Chinatown’ In Berlin : The Role of City Branding in the Urban Governance of Ethnic Diversity. *Jurnal Admnistrasi Bisnis*, 2.
- Sejarah Kabupaten Bogor*. (n.d.). Retrieved from www.bogorkab.go.id: http://bogorkab.go.id/index.php/page/detail/1/sejarah-kabupaten-bogor#.W-L6DJMzbiU
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku KOnsumen Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Setianti, Y., Soliha, E. (2017). City Branding of Denpasar City as a Creative City Through the Denpasar Festival Event. *Jurnal Emerald Publishing Limited*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indoesia.

Sunjoyo & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Branding & Brand Longevity*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Yanada, M., & Salamah, U. (2014). *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan: Makna Informasi.