

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anholt, S (2007). *Competitive Identity : The Brand Management for Nations, Cities, and Region*. Palgrave Macmillan. New York
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kerlinger. F. N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah mada University Press.
- Kotler, Phillip. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip, A.B Susanto. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

M Rahmat Y, U. S. (2014). *Branding Tempat: membangun kota, dan provinsi berbasis identitas* . Jakarta : Makna Informasi.

Prasetyo, B. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Riduwan. (2005). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian* . Bandung: Alfabeta.

Ruslan, R.(2007). *Manajemen Public Relation dan Manajemen Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Schiffman, L.L, Lazar K. (2007). *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Susanto AB, dan Hilmawan Wijanarko. (2004). *Power Branding*. Jakarta. Quantum Manajemen dan Bisnis.

**Jurnal :**

Alpianoor, M Auladi, Mawardi dan Sanawiri. (2017). *Pengaruh City Branding Serta Tagline “Kediri Lagi” Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Kabupaten Kediri*. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 44 No.1*.

Kavaratzis. M. and Ashworth. G.J. (2005). *City Branding: An Effective Assertion of Identity or A Transitory Marketing Trick*. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*. Vol.96 No.5.pp 508.

Yananda, M. R, Salamah. (2014). *Branding Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Makna Informasi. Jakarta

**Skripsi :**

Hendra S,P .(2015). *Pengaruh Event Marketing terhadap City Branding Kota Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Lina, M. (2013). *Strategi Branding Kota Surakarta Dalam Pengelolaan Sebagai Destinasi Wisata*. Universitas Diponegoro.

Nugraha, Yurniarti. (2012). *Hubungan terpaan city branding “Jogja Never Ending Asia” dengan Minat berkunjung ke Kota Budaya Yogyakarta*. UPN Yogyakarta.

Rahmadani. (2014). *Rebranding Istano Basa Pagaruyuang sebagai Icon dan Objek Wisata Minangkabau Pasca Kebakaran Tahun 2007*. Universitas Andalas.

Sagala, W. (2017). *Pengaruh City Branding “Negeri Indah Kepingan Surga” Terhadap Minat Kunjungan ke Danau Toba*. Universitas Sumatera Utara.

**Internet :**

Diakses pada tanggal 16 Agustus 2020 pada pukul 11.00 WIB

<https://www.google.co.id/amp/s/www.cnn.com/travel/amp/world-best-foods-readers-choice/index.html>

Diakses pada tanggal 16 Agustus pada pukul 11.30

WIB <https://news.klikpositif.com/baca/46444/kemenpar-inginkan-randang-payakumbuh-jadi-destinasi-wisata-kuliner-nasional.html>

**Undang-undang :**

Undang-undang Republik Indonesia Nomor Undang-Undang No 15 Tahun 2001 pasal 1 Ayat 1 tentang merek.