

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/> diakses pada tanggal 22 Februari 2023, pukul 18:01 WIB
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo. hal 256-257
- Damastuti Khetimare Pratungga. 2018. Strategi City Branding Kabupaten Malang “The Heart Of East Java” Dalam Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang).
- Demartoto, Argyo, Pembangunan Pariwisata , Surakarta: UNS Press, 2009
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian pendidikan :kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta:Rajawali press, hlm. 50
- Fandeli,Chafid. 1999. *Dasar-dasar Mananjemen Kepariwisataaan Alam*.Yogyakarta:Liberty, hlm. 72
- Handra, Fega Maretha. 2021. *Branding “Taste of Padang” Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Upaya Menciptakan Awareness Masyarakat. Skripsi*. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas, hlm.44
- Hari, Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia. Hal 89
- Henny, Ferniza. 2017. Antara Potensi dan Kendala dalam Pengembangan Pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan dan Kota*. Vol. 13, No. 1
- Herget, J., Petrů, Z., & Abrahám, J. 2015. City Brandings and Its Economic Impacts on Tourism. In *Economics and Sociology* (Vol. 8, Issue 1, pp. 119–126).
- Heriandi, Aldo. 2010.Strategi Pemerintah Propinsi Provinsi Sumatera Barat Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Sumatera Barat. *Tesis*. Padang: Program Pascasarjana Universitas Andalas. Tidak dipublikasikan
- Hidayat, Rauf dan Thamrin. 2019. Analisis Proses City Branding’ Taste Of Padang’ sebagai Brand Destinasi Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. Vol. 1 No. 1
- Info Publik <https://infopublik.id/> Diakses pada 18 Februari 2024 Pukul 19:44
- James J. Spilane. 2001. *Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius hal.133
- Joko,Subagyo. 2004. Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek. Jakarta:Rineka Cipta. Hlm. 225
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G.J. 2006. “City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?”.*Place branding and Public Diplomacy*, 3 (2), 183-194

- Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta : UI Press Hal. 29
- Lantip Diat Prasajo, 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY Press
- Laporan Akhir Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2021
- Laporan Akhir Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2022
- Lestari, R. B. 2016. Membangun citra sebuah kota dalam persaingan global melalui *city branding*. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang*, 5(1), 68–79.
- Moeleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm. 168
- Pasolong, Harbani. (2020). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta, hlm. 78
- Pedoman Buku *Brand Destination* Kawasan Padang. 2017
- Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2016-2021
- Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026
- Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat No. 3 Tahun 2014 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPK) Provinsi Sumatera Barat Tahun 2014-2025
- Prastowo, Andi. 2016. *Memahami Metode-metode Penelitian : suatu tinjauan teoritis dan praktis*. Jakarta: Ar-Ruzz Media, Hlm. 268
- Prayogo. 2018. *Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan di Indonesia*. Vol. 16 No. 2
- Purwianti, L. dan Lukito, Y.R.D. 2014. Analisis Pengaruh City Branding Kota. Batam Terhadap Brand Attitude, *Jurnal Manajemen*, Vol. 14, hal. 63
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465–476.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia. hlm 38
- Rencana Strategis Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021
- Rencana Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2021-2026
- Rezi Kurnia Putri. 2015. Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi Untuk Meningkatkan PAD. *Skripsi*. Padang: Program Sarjana Universitas Andalas. hlm. 30

- Riska Destiana, Retno Sunu Astuti. 2019. Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. CoPAS. Volume 01, Nomor 01, hlm 33
- Rumelt Richard P.,(2014). “Good Strategy Bad Strategy”, Jakarta: Keperpustakaan Populer Gramedia
- Salusu, J.1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Gramedia, hlm 84 dan 104
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta, hlm 244
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta, hlm.222
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta., hlm. 3
- Surat Keputusan Gubernur Sumatera Barat Nomor: 14/Dispar-SK/III-2018 Tentang Penetapan Logo “Taste of Padang” Sebagai Brand Destinasi Pariwisata Provinsi Sumatera Barat
- Surat Edaran Gubernur Sumatera Barat Nomor: 556.1/686/Dispar-Pem/V-2018 Tentang Himbauan Penggunaan Logo “Taste of Padang” Sebagai Brand Destinasi Pariwisata Provinsi Sumatera Barat
- Suryono, Agus. 2010. *Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan*. Malang: UB Press.
- Suwantoro, Gamal.2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI. Hal.19
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa (Edisi 1)*. Yogyakarta. hlm 3
- Tjiptono,F. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Trio,Pratama. 2023. Pengaruh Investasi, Konsumsi Rumah Tangga dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2021. *Diploma thesis*, Universitas Andalas
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan