

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Arwanto, C. P. V., Nugraha, B. S., & Widiyarta, A. (2020). Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Perspektif*, 9(2), 322–328. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646>
- Astuti, M. . (2017). STRATEGI KOMUNIKASI KOTA BANDUNG DALAM MEMBENTUK CITY BRANDING SEBAGAI DESTINASI WISATA BELANJA. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12(1).
- Braun, E., Kavaratzis, M., & Zenker, S. (2010). My City-My Brand: The Role of Residents in Place Branding. *Journal of Place Management and Development*, 6(1), 1–13.
- Dinnie, K. (2011). *City Branding Theory and Cases*. Palgrave Macmillan.
- Diella, A. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI CITY BRANDING KOTA MAGELANG (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Magelang dalam Membentuk City Branding “Magelang Kota Sejuta Bunga”). *Jurnalkommas*.
- Faradies, H. I. (2020). Strategi komunikasi city branding pemerintah kota Pekalongan dalam mempromosikan world’s city of Batik. *Commicast*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.12928/commicast.v1i1.2413>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.410>

- Kevin Lane Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. USA: Pearson.
- Kriyanto, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Larasati, Dyas dan Nazaruddin, M. (2016). Potensi Wisata dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. *Journal Komunikasi*, 10(2), 99–116.
- Lestari, R. B. (2016). *Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding*. 5(2), 68–79.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. USA: Pearson.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2020). Competitive Identity. In *Destination Brands*. <https://doi.org/10.4324/9780080969312-10>
- Muhibban, M. A. (2020). *Strategi City Branding Dinas Pariwisata Dan Budaya Kabupaten Lumaja Ng “ Lumajang Eksotik ” Sebagai Destinasi Wisata Baru Di*. 1–5.
- Rosady, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusadi, S., & Wedayanti, M. D. (2019). Strategi City Branding Oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak Dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 5(2), 16–21. [https://doi.org/10.25299/wedana.2019.vol5\(2\).4189](https://doi.org/10.25299/wedana.2019.vol5(2).4189)
- Steven J. Taylor, R. B. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods A Guidebook and Resource*. USA: WILEY.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan

dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>

Uchjana Effendy, O. (2000). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*. PT Remaja Rosdakarya.

Wood, J. T. (2010). *Communication Mosaics An Introduction to the Field of Communication*. Cengage.

