

## Daftar Pustaka

- Anggraeni, E. R. (2017). Strategi Marketing Public Relations PT. pelabuhan Indonesia III (persero) dalam Proses Branding "surabaya Nort Quay" sebagai Wisata Baru. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Bidriatul Janah, Z. A. (2014). Pengaruh City Branding dan City Image terhadap keputusan Berkunjung Wisatwan ke Banyuwangi. *Jurnal Administrasi Bisnis* , Vol. 17 No. 1.
- Dyas Larasati, M. N. (2006). Potensi Wisata dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi* , 102.
- Hermawan. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 105-117.
- Irawan, D. (2017). Manajemen Event "Sleman Fashion Festival" untuk meningkatkan brand awareness batik sleman periode 2016 . *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Istijabatul Aliyah, T. J. (2007). Peran Pasar Tradisional dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Surakarta. . *Gema Teknik*, 113.
- Ivani, S. Z. (2015). Pengaruh City Branding "Enjoy Jakarta" terhadap Citra Kota dan Keputusan Berkunjung youth traveler Ke Jakarta. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah*.
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo.
- Kavaratzis. (2004). From City Banding Marketing to City Banding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands . *Journal of Place Branding* , 58-73.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Lukito, L. P. (2014). Analisis Pengaruh City Branding Kota Batam terhadap Brand attitude . *Jurnal Manajemen*, 61-78.
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nazaruddin, D. L. (2016). Potensi Wisata dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi. Vol.10 No.2* , 102.
- Pendit, P. (2006). Ragam Teori Informasi. *perpustakaan pusat universitas indonesia* .
- Perwitasari, V. (2013). Event sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Surakarta dalam Upaya melakukan City Branding "Solo sebagai Kota Budaya" . *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Putra, H. S. (2015). Pengaruh Event Marketing terhadap City Branding Kota Bandung. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 15.
- Rachmawati, A. (2017). City Branding Yogyakarta. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power Of Brands* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riawan, T. W. (2009). Hukum Keuangan Negara. Dalam T. W. Riawan, *Hukum Keuangan Negara* (hal. 197). Jakarta: Grasindo.
- Saputra, E. (2016). Peran Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif, Komunikasi, dan Informatika dalam Mengelola "Branding" Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 321-335.
- Sugiarsono, J. (2009). *City Branding Bukan Sekedar membuat Logo dan Slogan*. Jakarta: Majalah SWA.

Suwondo, H. I. (2008). Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) (Studi Pada Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu, Kota Batu). *Administasi Publik, vol.1 no.1*, 197 - 200.

Syafiie, I. K. (2014). *Ilmu Pemerintahan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Tjandra, R. (2009). *Peradilan Tata Usaha Negara, Mendorong Terwujudnya Pemerintah yang Bersih dan Berwibawa*,. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.

Yananda, M. R. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota*. Jakarta: PT. Grafindo.

Zafira, R. A. (2017). Strategi Komunikasi City Branding Pemerintah Kota TanjungPinang melalui Slogan "Kota Gurindam Negeri Pantun" Periode 2013-2016 . *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 25-30.

Internet

*pemalang-pusere-jawa-city-branding-itu*. (2016, Desember 12). Dipetik Oktober 2, 2018, dari <http://www.kabarpemalang.id>:

<http://www.kabarpemalang.id/2016/12/pemalang-pusere-jawa-city-branding-itu.html>

<https://jateng.bps.go.id/>

<https://pemalangkab.bps.go.id/>