

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman Hikmah Ramadhan, dkk, “Pengaruh City Branding terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 28 (1): 23-36. Tahun 2015
- Eric Braun, Putting City Branding into Practice. *Journal of Brand Management*. Vol. 19: 258-268. Tahun 2011.
- Denny Prawibowo dan Oktaviana Purnamasari. Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Branding Wonderful Indonesia Melalui Media Sosial. *Jurnal Perspektif Komunikasi*. Vol.1 No.3. Juni 2018.
- Burhan Bungin. Penelitian Kualitatif. Jakarta:Prenada MediaGroup,2015.
- Harryadin Mahardika. City Branding di Era Media Sosial. Marketing.co.id. <https://marketing.co.id/city-branding-di-era-media-sosial/> diakses tanggal 10 Juni 2019.
- Jesi Indriani. Pengaruh City pada City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Manajemen*. Vol. (3)17: 41-52 Tahun 2017.
- Lexy J Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya ,2015.
- Marhanani Tri Astuti. Strategi Komunikasi Kota Bandung Dalam Membentuk City Branding Sebagai Destinasi Wisata Belanja. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vol. 12(1). 1 Juni 2017.111-128.
- Rangkuti, Freddy . *Analisis SWOT*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).
- Rahmada Puji Sarjono. “Media Sosial dan City Branding (City Branding Pekalongan Green City Melalui Media Sosial Instagram).” *Skripsi tidak diterbitkan*. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakte*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*. Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014.

*STANDAR MANUAL GRAFIS Panduan penggunaan Logo & Identitas Visual KOTA KEDIRI (KEDIRI CITY Logo & Identity Graphic Standard Manual (GSM))*. Jogja: LIBSTUD, 2016.

Walid. Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PlatBM1912 di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*. Vol. 5(1):1-10.

Yusuf Adam Hilman dan Krisna Megantari. Model *City Branding* Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Lokal Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*. Vol.2(2): 22-35.