

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2001). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press, New York.
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: alfabeta.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nation, Cities, and Regions*. Palgrave macmillan, London.
- Chaerani,Raty Yulya. (2011). *Pengaruh City Branding Terhadap City Image (Studi Pencitraan Kota Solo: “The Spirit of Java”)*. Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Christianto, Aditya Indra. *Memetakan potensi kabupaten bondowoso dalam merancang strategi city branding*. Jurnal fakultas ilmu social dan ilmu politik universitas brawijaya.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H.(1982), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF [Universitas Gadjah Mada](#).
- Ferrel, O.C, Hirt, G. & Ferrel, L.(2008). *Business: A Changing World*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Ghozali, Dodi M. (2005). *Communication Measurement*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ghozali, imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Jannah, Bridiatul, dkk. (2014). *Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Banyuwangi*. Jurnal Admistrasi Bisnis. Vol. 17. No. 1 Desember 2014.
- Kavaratzis, Mihalis. (2004). *City and Their Brands: Lessons from Corporate Branding*. Journal of Place branding and public diplomacy Vol.5,1,26-37. Palagrace Macmillan.
- Kevin, lane keller. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. NJ: Prentice Hall.

- Kotler, P.(1980). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. 4th Ed. London: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Nursanty, Eko. 2015. *Arsitektur dan Kehidupannya Sebagai Elemen Branding Pada Kota Warisan Budaya Di Solo*. Jurnal Dosen Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945, Semarang.
- Putra, C.R.E. 2015. *Presepsi Masyarakat Kota Mojokerto Terhadap City Brand Kota Mojokerto Sebagai "Kota Onde- Onde"*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro.(2011). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2003). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riyadi.(2009). *Fenomena City Branding Pada Era Otonomi Daerah*. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan. Vol.5 No.1 Hal-1.
- Sari, Mutia Ismi.(2015). *Analisis Implementasi City Branding*. Jurnal Ekonomi Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Stanton, W.J.(1978). *Fundamentals of Marketing*, 5th Ed. Tokyo: Kogakusha, McGraw-Hill Book Company.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Velayani, Yosi Nova.(2011). *Aktivitas City Branding Kota Wisata Batu*. Skripsi Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang.
- Wandari, dkk. (2014). *Pengaruh City Branding kota wisata Batu*. Jurnal administrasi Bisnis (JAB) Vol. 16 No. 1.

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

Website

https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_pemasaran. diakses pada tanggal 5 november 2015 jam 08.36 WIB

<http://perpustakaanmanajemen.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-perilaku-konsumen-menurut.html?m=1> diakses pada tanggal 23 desember 2015 jam 9:25 WIB

<https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/definis-merek/>
diakses 23 desember 2015 jam 9:59 WIB

