

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ashworth (2009). The Instruments of Place Branding: How is it Done?. *European Spatial Research and Policy*, 16(1). 9-22
- BPS. (2023). *Kota Depok dalam Angka 2023*. Depok: Badan Pusat Statistik Kota Depok.
- BSN. (2004). *SNI Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan*.
- Diana, D. M., & Supriono. (2017). Analisis *City Branding* "Depok a *Friendly City*" dalam Rangka Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kota Depok. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 11-20.
- Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Depok. (2020). *Dokumen Informasi Kinerja Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah (DIKPLHD) Kota Depok*. Depok: DLHK Kota Depok.
- Diskominfo. (2019). *Masterplan Kota Cerdas Kota Depok*. Depok: Pemerintah Kota Depok.
- Drianda, R. P. (2018). *Exploring the Notion of the Family Friendly City*. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. IOP.
- Fanataf, P., Tilaar, S., Takumansang, E. (2020). Analisis Keterjangkauan Masyarakat terhadap Pasar Tradisional di Kota Manado. *Jurnal Spasial*, 7(2). 228-239.
- Goodspeed, R. (2020). *Scenario Planning for Cities and Regions: Managing and Envisioning Uncertain Futures*. Washington DC. Island Press
- Gregory, A. (2009). The Instruments of Place Branding: How is it Done? *European Spatial Research and Policy*, 16(1), 9-22.
- Hanna, S., & Rowley, J. (2014). Towards a Strategic Place Brand Management Model. *Journal of Marketing Management*, 27(5), 458-476.
- IAP. (2022). *Most Livable City Index Indonesia*. Jakarta: IAP Indonesia.
- Kano, M., Rosenberg, P., & Dalton, S. (2018). A Global Pilot Study of Age-Friendly City Indicators. *Social Indicator Research*, 138, 1205-1227.

- Kato, T., Ikeda, R., Koizumi, M. (2024). Side Effects of City Branding: Differences in Brand Image and Loyalty Factors from The Perspective of Residents in 21 Japanese Cities. *Urban, Planning and Transport Research*, 12(1).
- Kavaratzis, M. (2004). From *City Marketing* to *City Branding*: Towards a Theoretical Framework for Developing *City Brands*. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1(1), 58-73.
- Mubarok, M. D. (2020). *Peran Humas Pemerintah Kota Depok dalam Mensosialisasikan Tagline "Depok Friendly City"*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nagara, G. (2021, Februari 26). *Benarkan Kota Depok Seburuk yang Dibayangkan*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/>
- Nastiti, A. (2016). *Efektivitas City Branding Kota Magelang sebagai Kota Sejuta Bunga*. Skripsi Perencanaan Wilayah dan Kota UGM.
- Paramita, D., Murtilaksono, K., & Manuwoto. (2018). Kajian Pengelolaan Sampah Berdasarkan Daya Dukung dan Kapasitas Tampung Prasarana Persampahan Kota Depok. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(2). 104-117.
- Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 58 Tahun 2020 tentang Penjenamaan Kota Jakarta
- Peraturan Wali Kota Depok Nomor 59 Tahun 2022 tentang Rencana Induk Pengelolaan Sampah di Tempat Pemrosesan Akhir Cipayung Kota Depok Tahun 2016-2035.
- Piagio, S., Hafiar, H., & Prastowo, FX. (2022). Makna Logo Depok *Friendly City* (Analisis Semiotika Charles Sandeers Peirce pada Logo Depok *Friendly City* sebagai *City Branding* Kota Depok). *Jurnal Nomosleca*, 8(2). 160-171.
- Rahayu, R. (2023). *Efektivitas Branding "Depok Friendly City pada Pejalan Kaki*. Skripsi Universitas Indonesia.
- So, Y. C. (2015). *Branding with Social Media in the Competitive World: A Case Study of City Branding Practices in Copenhagen*. Master Thesis in Media and Communications Studies Stockholm University.

- Titis, A. (2022). *Sistem Pengelolaan Sampah di TPA Cipayung Kota Depok*. Project Report. IPB University
- TPBO. (2015, Januari 26). *5 Place Branding Principles for Successful Brand Development and Management*. Retrieved from The Place Brand Observer: <https://placebrandobserver.com/>
- Yezhova, A. (2020). Theoretical Concept and Definition of *City Marketing*.
- Zenker, S., & Braun, E. (2010). The Place Brand Centre - A Conceptual Approach for the Brand Management of Places. *European Marketing Academy Conference, 1-10*