



DAFTAR PUSTAKA

- Afdanella, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan Smart Government Di Kota Bukittinggi.
- Atmaja N. F. (2023). Kesiapan Kota Surakarta Sebagai Kota Kreatif Bidang Kriya Dan Kesenian Rakyat. *Syntax Idea*, 5. <https://doi.org/10.36418/Syntaxidea.V3i6.1227>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Kota Ambon Dalam Angka 2024.
- Damayanti, T. (2019). Strategy City Branding Ambon City of Music Oleh Masyarakat Dan Dinas. *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*, 1-14.
- Dunn, W.N. (1994). *Public Policy Analysis: An Introduction*, New Jersey: Pearson Education.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203997673>
- Gill, R., Pratt, A. C., & Virani, T. E. (Eds.). (2019). *Creative Hubs In Question: Place, Space And Work In The Creative Economy*. Palgrave Macmillan.
- Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2020). Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi. *Desa-Kota*, 2, 143–157. <http://jurnal.uns.ac.id/jdk>
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK. Allen Lane.
- Khoiriyah Niswati, & Sinaga, S. S. (2017). Pemanfaatan Pemutaran Musik Terhadap Psikologis Pasien Pada Klinik Ellena Skin Care Di Kota Surakarta. *Seni Musik*, 6, 81–90.
- Kusumawati, A. (2020). *City Branding: Konsep dan Isu dalam Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Yogyakarta: Deepublish.
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781849772945>



- Lintjewas, O., Tulus, F., & Egetan, M. (2016). Evaluasi Kebijakan Pemberian Bantuan Pengembangan Usaha Mina Perdesaan di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(20).
- Leksono, A., & Santosa, P. B. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kreatif Di Indonesia (Tahun 2002-2008). *Diponegoro Journal Of Economics*, 3(1), 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. *UNEJ E-Proceeding*. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- Melani, A., Djunaedi, A., & Kristiadi, D. (2017). *Evaluasi Pelaksanaan Program Magelang Kota Sejuta Bunga Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Mukaddamah I. (2023). Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 2798–3641. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/5041>
- Nisa, A. C. (2022). Analisis Implementasi Tata Kelola Global Unesco Creative City Network (Uccn) Di Kota Pekalongan.
- Pattipeilohy, M., Jazuli, M., Rohidi, T. R., & Sunarto, S. (2021). Peran Pemerintah, Seniman Dan Komunitas Seni Dalam Pengembangan Kota Ambon Sebagai Kota Kreatif Musik. <http://pps.unnes.ac.id/prodi/prosiding-pascasarjana-unnes/666>
- Ramadhani, A. K., Soedwihajono, S., & Putri, R. A. (2015). Kajian Kesiapan Penerapan Konsep Kota Kreatif Desain di Surakarta. *ARSITEKTURA*, 13(2).
- Sugiyono, (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono, (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunarso, A. P., Djunaedi, A. (2014). Tahapan Kota Bandung Menuju Kota Kreatif (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).



Tayyiba, M., Sungkari, H., & Mintarga, P. (2017). Buku Putih Kota Kreatif: Ekosistem yang Mencipta. *Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia: ICCN.*

Tomasoa, P. A. (2022). Pengelolaan City Branding Kota Ambon Sebagai City of Music Selama Masa Pandemic Covid-19. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 184-192.