

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2015. Teori Pertumbuhan Kota. Yogyakarta: Grha Ilmu
- Allen, George. 2007. Place Branding: New Tools For Economic Development. *Design Management Review*
- Almquist, E., & Dorner, T. D. 2012. Brand strategy that shifts demand: Less buzz, More Economic. Amsterdam: Bain and Company.
- Andersson, Ida. 2015. Geographies of Place Branding. Tullinge
- Anholt, S. 2003. Brand New Justice. The Upside Of Global Branding. London: Butterworth- Heinemann.
- Ashworth, Gregory & Mihalis Kavaratviz. Beyond the Logo: Brand Management for Cities dalam Brand Management, Vol. 16/2009; 9. Palgrave Macmillan
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Jember dalam Angka 2016. Jember: BPS Kabupaten Jember
- Baiquni, M. dan Susilawardani. 2002. Pembangunan yang Tidak Bekerlanjutan Refleksi Kritis Pembangunan Indonesia. Yogyakarta: Penerbit Transmedia Global Wacana
- Baiquni, M. 2012. Tinjauan Geografi Regional Terhadap Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). Jurnal Forum Geografi Vol. 26, No. 2 (104-119)
- Bintarto. 1977. *Pengantar Geografi Kota*. Yogyakarta: U.P Spring.
- Bintarto, R. 1984. *Interaksi Desa-Kota dan Permasalahannya*. Jakarta. Ghalia Indonesia



- Bintarto, R. dan Surastopo H. 1987. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta. LP3ES
- Fandy Tjiptono. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farida, Ida. 2010. Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif dalam Jurnal Sains dan Inovasi
- Ghodeswar, B.M., 2008, Building brand identity in competitive markets: a conceptual model, *Journal of Product & Brand Management*, Volume 17.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Ilker Etikan, Sulaiman Abubakar Musa, Rukayya Sunusi Alkassim. Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling . *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*. Vol. 5, No. 1, 2016, pp. 1-4. doi: 10.11648/j.atas.20160501.11
- Kavaratzis, M. 2004. From City Marketing to City Branding (An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens). Disertasi. Belanda: Rijksuniversiteit Groningen.
- Kaplanidou, Kiki. 2003. Destination Branding: Concept and Measurement. Working Paper Michigan State University
- Keller, K. 2003. In Strategic Brand Management. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. 2005. In Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan dan Yuswohady. 2005. *Attracting Tourist, Traders, and Investors: Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama



- Lynch, Kevin, *The Image of The City*, M.I.T. Press, Cambridge, Massachusetts, 1960,(selanjutnya disingkat Kevin Lynch I) h.131
- Markus Zahnd, *Perancangan Kota Secara Terpadu*, Yogyakarta: Kanisius, 1999, h. 8
- Moleong, J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Murfianti, Fifi. 2010. *Membangun City Branding Melalui Solo Batik Carnival*. Dalam *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 2 No 1.
- Neacsu, M.C., Negut, S. And Vlasceanu, G. 2016. *Place Branding – Geographical Approach. Case Study: Waterloo*. *Afiteatru Economic*, 18 (Special Issue No. 10), pg 944-949
- Nawiyanto, S. 2003. *Agricultural Development in A Frontier Region of Jawa*. Yogyakarta: Galang Printika
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodelogi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Philip, Kottler & Alan R. Andreasen. 1995. *Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirbala*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pontoh, Nia K. dan Kustiwan, Iwan. (2009). *Pengantar Perencanaan Perkotaan*. Bandung: ITB Bandung.
- Rainisto, Seppo K. 2003. *Succes Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and United States*. Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Bussines
- Riduwan. 2006. *Metoda dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.



- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta
- Undang Undang No. 22 Tahun 1999 Tentang Otonomi Daerah
- Yananda, M. Rahmat., & Salamah, Umi. 2014. Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Propinsi Berbasis Identitas. Jakarta Selatan: Makna Informasi
- Zerrillo, P. C., & Thomas, G. M. (2006). Developing brands and emerging markets: An empirical application. *Place Branding and Public Diplomacy* vol. 3, hal. 86–99.
- Zhang, L., and Zhao, S. X. (2009). City branding and The Olympic Effect: A Case Study of Beijing. *Cities* vol. 26, hal. 245 – 254.