

Daftar Pustaka

- Aldi, B. Elnath. (2015). "Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik". Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial, Vol.VI, No. 2, Oktober 2015; 56-72.
- Ariza, M. K. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Objek Wisata Air Desa Ponggok Sebagai Desa Wisata Mandiri di Klaten*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). *Marketing An Introduction (Eight Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group.
- Devashish, D. (2011). *Tourism marketing*. India: Pearson Education India.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Janita, D. (2005). *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*. Jakarta: Amara.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran . Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lutfi, M. (2015). *Universitas Brawijaya Menuju Daya Saing Asia: Merajut Realitas, Menggapai Kualitas, Berbasis Spiritualitas*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Perdana, R. K. (2010). *Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Merek Lifebouy (Studi Pada Pengguna Shampoo Lifebouy di Kota Surakarta)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret .
- Riva'i, A. R. (2010). *Membangun Kinerja Pemasaran Melalui Pencapaian Sinergitas Kerjasama Dan Keunggulan Posisional Bersaing Berlandaskan Relationship Marketing Outcomes. Proceeding Fakultas Ekonomi*.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Saladin, D. (2001). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indek.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sulaksana, U. (2007). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Utama, I. G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Referensi Jurnal :

- Febriani, M. (2014). "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo". *JOM FISIP Volume. 1 No. 02*.
- Prabela, C. V., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh *Integrated Marketing Communication (IMC)* dan *Public Relations* Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 35 No. 2, 155-163.
- Rafa'al, M. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: *Promotion Mix* Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi Volume 1 Ed 1*, 46-61.
- Roostika, R. (2012). Citra Merek Tujuan Wisata dan Perilaku Wisatawan: Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Volume 1, Nomor 1*, 41-54.
- Solsolay, A. (2016). "Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*) Pemerintah Kota Ambon dalam Mengkomunikasikan *Brand "Ambon City Of Music"* melalui Kegiatan Tiga Pilar *IMC*". *THE MESSENGER, Volume VIII, Nomor 2*, 86-99.
- Widjaja, A., & Kunto, Y. S. (2014). "Analisa Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk AMDK". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1*, 1-8.

Referensi Internet/Website :

- Pristiqa, A. W. (2015, April 12). *Potensi Wisata XT Square Masih Susah Terangkat*. Retrieved Agustus 24, 2018, from Tribunnews: <http://jogja.tribunnews.com/2015/04/12/potensi-wisata-xt-square-masih-susah-terangkat>
- Putri, A. W. (2017, Oktober 19). *Menjadikan Pariwisata sebagai Core Business Indonesia*. Retrieved Agustus 24, 2018, from SWA.co.id: <https://swa.co.id/wicf/news/menjadikan-pariwisata-sebagai-core-business-indonesia>

Ratman, D. R. (2016, Januari 27). *PEMBANGUNAN DESTINASI PARIWISATA*. Retrieved Agustus 24, 2018, from Kementerian Pariwisata: <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Paparan%20-%20Deputi%20BPDIP.pdf>

XT Square Jogja. (2018). *Fashion & Kerajinan: Zona Fashion & Kerajinan Produk UKM*. Retrieved Agustus 24, 2018, from XT Square Jogja: <https://www.xtsquare.co.id/kerajinan/>

XT Square Jogja. (2018). *Profil XT Square Jogja*. Retrieved Agustus 24, 2018, from XT Square Jogja: <https://www.xtsquare.co.id/profil/>

<https://www.xtsquare.co.id/>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.facebook.com/xtsquare.official/>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.instagram.com/xtsquarejogja/?hl=id>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.dematamuseum.com/>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.facebook.com/DeMATADeARCA/>, diakses tanggal 13 April 2019.

https://www.instagram.com/de_mata_de_arca/, diakses tanggal 13 April 2019.

https://twitter.com/DeMATA_DeARCA/, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.dematamuseum.com/tiket>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.facebook.com/kampayo.jogja>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://twitter.com/kampayojogja>, diakses tanggal 13 April 2019.

<https://www.youtube.com/channel/UCFO6KSK34fWUTJq7Ih7t9IA>, diakses tanggal 13 April 2019.