

DAFTAR PUSTAKA

- Benckendorff, P. J. (2001). *A Study of Australian Tourist Attractions*. James Cook University , 1-14.
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. B. (2005). *Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations*. *Journal of Travel Research Sage Publications* , 328-338 Vol. 43.
- Chen, X. (2010). "Assessment of Destination Brand Associations: An Application of Associative Network Theory and Network Analysis Methods". *All Dissertations*. 591. , 1-147.
- Dewanti, A. A. (2016). *Tahapan Destination Branding dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Deskriptif Kualitatif pada UNESCO Global Geopark Gunung Sewu Geo Area Kabupaten Pacitan)*. *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* .
- Dinas Kebudayaan (*Kundha Kabudayan*) Daerah Istimewa Yogyakarta. (2019). *Buku Profil Museum Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Fitroh, K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). *Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 18-25 Vol.42 No.2.
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). *Proses Destination Branding dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* , 15-34 Volume IX No.2.
- Herlina, I. (2017). *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Parkir di Kota Bandung*. 33-39.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: ALFABETA CV.
- Hulu, A. (2014). *Analisis Kesalahan Penggunaan Ejaan Pada Karangan Narasi*. 27-34.
- ICOM. (2007). *ICOM: Definition of a Museum*. Diakses pada tanggal 3 April, 2020, from ICOM International Council of Museums: <http://archives.icom.museum/definition>
- ICOMOS. (2012). *ICOMOS: Museum as a Tourism Culture*. Diakses pada tanggal 3 April, 2020, from ICOMOS International Council on Monuments Sites: <http://www.icomos.org/en/>

- Junaid, I. (2017). Museum Dalam Perspektif Pariwisata dan Pendidikan. 1-15.
- Kouris, A. (2009). Destination Brand Strategy: The Case of Greece. *Emerald Group Publishing Limited*, 161-175 Volume 1.
- Lindeberg, A., Blomkvist, C., & Johansson, M. (2012). Understanding the relationship between Brand Identity and Brand Image - A case study of Coop. *Linnaeus University*, 1-92.
- Mardianto, H. (2017). *Buku Panduan Museum Negeri Sonobudoyo*. Yogyakarta: Jentera Intermedia.
- Maulida, D. (2019). Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal "The Light of Aceh" (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016). *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Museum Sonobudoyo. (2018). Katalog Pameran Sonobudoyo: Sejarah dan Identitas Keistimewaan.
- Museum Sonobudoyo. (2019). *Data Sementara Kunjungan Museum Sonobudoyo Tahun 2019*.
- Museum Sonobudoyo. 2019. Profile Instagram Museum Sonobudoyo. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020 dari <https://www.instagram.com/sonobudoyo/>.
- Museum Sonobudoyo. 2019. Profile Twitter Museum Sonobudoyo. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020 dari <https://twitter.com/sonobudoyo>.
- Museum Sonobudoyo. 2019. Profile Website Museum Sonobudoyo. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020 dari <https://www.sonobudoyo.com/id>.
- Museum Sonobudoyo. 2019. Profile Youtube Museum Sonobudoyo. Diakses pada tanggal 5 Juni 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=-23-vYiopvA>.
- Priyanto, S. S. (2018). "Optimizing the Potential Tourist Attraction Culture in the Puppet Museum Jakarta" in The 2nd International Conference on Vocational Higher Education (ICVHE) 2017 "The Importance on Advancing Vocational Education to Meet Contemporary Labor

Demands". *KnE Social Sciences* , 1119-1130. DOI 10.18502/kss.v3i11.2833.

Rahardipha, L. A., Hidayat, W., & Widiartanto. (2016). Analisis Program Destination Branding Provinsi Nusa Tenggara Barat (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Rinjani Traccking Manajemen Board Pada Taman Nasional Gunung Rinjani). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Universitas Dipenogoro*, vol.5, no.1 , 174-184.

Rangkuti, F. (2009). *THE POWER OF BRANDS Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rosaria, P. L., Correia, A. L., & Schutz, R. L. (2012). Destination Branding: A Critical Overview. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* , 81-102.

Statistik Kepariwisata DIY. (2019, September 2). *Download: Statistik Kepariwisata DIY 2018*. Retrieved April 5, 2020, from visitingjogja.com: <http://visitingjogja.com> Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.

Thellefsen, T., & Sorensen, B. (2015). What brand associations are. *Sign Systems Studies* , 191-206.

Wahyuni, A. (2012). Strategi Destination Branding Pamekasan sebagai Kota Batik (Studi pada Dinas Perindustrian & Perdagangan Kota Pamekasan). *Institutional Repository Universitas Muhammadiyah Malang* .

Waluyo, J. E. (2016). Model Destination Branding: Integrasi Konsep Branding dan Destination Image (studi kasus di Kawasan Ciwidey Kabupaten Bandung, Uji model Confirmatory Factor Analysis). *Puslitabmas Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung* , 1-76.

Wardani, L. K. (2007). Nilai Budaya pada Interior Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Desain Interior, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra*, VOL5, NO.1, 23-33.