

## DAFTAR PUSTAKA

Abror, K. (2013). *Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen* (Doctoral dissertation, Ilmu Perpustakaan).

Amalia, R. (2015). Analisis penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang penyusunan laporan keuangan berbasis akrual pada laporan keuangan badan layanan umum: Studi kasus pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Anholt, S. (2006). The Anholt-GMI city brands index: How the world sees the world's cities. *Place branding*, 2(1), 18-31.

Anttiroiko, A. V. (2015). City branding as a response to global intercity competition. *Growth and change*, 46(2), 233-252.

Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas dayatarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di jawa tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).

Badan Pusat Statistik. Penduduk Indonesia menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1995, 2000 dan 2010. Diakses dari <https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/20/1267/penduduk-indonesia-menurut-provinsi-1971-1980-1990-1995-2000-dan-2010.html>

Bagus. (2015). 'Jogja Istimewa' Jadi Branding Baru Yogyakarta, Gantikan 'Never Ending Asia'. Diakses 27 April 2020 dari <https://news.detik.com/berita/d-2824579/jogja-istimewa-jadi-branding-baru-yogyakarta-gantikan-never-ending-asia>

Bıçakçı, A. B. (2012). Branding the city through culture: Istanbul, European Capital of Culture 2010. *Journal of Human Sciences*, 9(1), 993-1006.

Cozmiuc, C. (2011). City branding-just a compilation of marketable assets?. *Economy transdisciplinarity cognition*, 14(1), 428.

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (2019). Pariwisata Berikan Kontribusi pada Pendapatan Negara. Pimpinan. Diakses dari <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/24852/t/Pariwisata+Berikan+Kontribusi+pada+Pendapatan+Negara>

Esa. (2015). Ini Makna dan Filosofi di Balik Logo Baru 'Jogja Istimewa'. Diakses 5 Mei 2020 dari <https://jogja.tribunnews.com/2015/02/06/ini-makna-dan-filosofi-di-balik-logo-baru-jogja-istimewa>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020) Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2019. Diakses dari

<https://www.kemenparekraf.go.id/index.php/post/data-kunjungan-wisatawan-man-canegara-bulanan-tahun-2019>

Ma'rifah, R. A. F. (2018). *The determination process of "Beautiful Malang" as a City Branding (A study on Department of Culture and Tourism of Kota Malang)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang)

Mahanani, A. E., & Nugraheni, M. (2017). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI RUMAH MAKAN MORO SAKECO GRABAG MAGELANG. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-SI*, 6(7)

Nadiani, H. F. S. (2015). *Hubungan antara persepsi santri nahun terhadap figur kiai dengan kelekatan aman di Perguruan Islam Pondok Tremas Pacitan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. (2011). *Jogja Never Ending Asia*. Humas DIY. Diakses dari <https://jogjaprov.go.id/berita/detail/jogja-never-ending-asia>

Pemerintah Kota Yogyakarta. (2012). *Peraturan Walikota Kota Yogyakarta No.8 Tahun 2012*. Yogyakarta. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/20309>

Putri, A. (2018). *ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG DAN KOMPONEN 4A KEPARIWISATAAN DI TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG* (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).

Riza, M., Doratli, N., & Fasli, M. (2012). City branding and identity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 35, 293-300.

SETYOWATI, S. (2011). *PENGELOLAAN PEMBELAJARAN IPS TERPADU BERBASIS KURIKU LUM TINGKAT SATUAN PENDIDIKAN (KTSP)(STUDI SITUS DI SMP NEGERI 1 WONOGIRI)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Sevin, E. (2016). Branding cities in the age of social media: a comparative assessment of local government performance. In *Social media and local governments* (pp. 301-320). Springer, Cham.

Soraya, Y. A. (2018). *MOTIVASI WISATAWAN AGROWISATA KAMPUNG COKLAT (Studi Kasus di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar Jawa Timur)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Struxness, A. (2013). The impact of authoritarian rule on the success of global city branding efforts: Dubai, Singapore, and Mumbai.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta



Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis persepsi wisatawan mengenai penurunan kualitas daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129-137.