

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan V. Bandung : CV Alfabeta.

Asdep PKP2M. 2016. Laporan Akhir Tahun. Jakara : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Paparan Destinasi Yang Ditetapkan Untuk Disiapkan Destination Branding dan Integrated Marketing Communication Plan 2016. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2015. Rencana Pemasangan Branding Wonderful Indonesia 2016. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Paparan Arah dan Kebijakan Pariwisata Mancanegara. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Paparan Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara dalam Rapat Pimpinan Provinsi. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Trial Analisis Bulanan Januari-Maret. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Ringkasan Performansi Wisatawan Mancanegara. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

Barnouw, Erik. et al. 1997. Conglomerates and The Media. New York : The New Press.

Kementerian Pariwisata. 2016. Panduan Logo Branding Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

Kertapati, Ton. 1986. Dasar-dasar Publisistik dalam Perkembangannya di Indonesia Menjadi Ilmu Komunikasi. Jakarta : Bina Aksara.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2004. Dasar-dasar Pemasaran Jilid I. Terj. Alexander Sindoro. Jakarta : PT Prenhallindo.

Lestari & Aprilia. 2013. “Membangun Nation Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya saing Sektor Pariwisata Indonesia”. Hasil Penelitian. Palembang : STIE Multi Data Palembang.

Maharani, Corry. 2013. “Pengaruh Brand Positioning Wonderful Indonesia Terhadap Kepuasan Mancanegara Untuk Berkunjung Ke Indonesia”. Skripsi. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.

Sari,Shintya Dewi Lupita. 2016. “Meningkatkan Performansi Wisatawan Mancanegara ke Indonesia melalui *Branding* Wonderful Indonesia”. Tugas Akhir. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.

McMillan, J. H., & Schumacher, S. 2001. Research in education: A conceptual introduction (5th ed.). New York: Longman.

Moleong, Lexy. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Mustafa Hamarsan, Destarata. 2013. “Analisis Strategi Branding Pariwisata Indonesia”. Tesis. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.

Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia.

Ogilvy. 2015. Brand Audit and Initial Recommendation. Jakarta : Ogilvy.

Randall, Geoffrey. 2001. The Art of Marketing. Branding Vol. 7. England : Efficient Offset Printers.

Romli, M. A S. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Bandung : Nuansa.

Sekretaris Deputi.2017. Data Kegiatan Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Mancanegara. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2017. Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Jakarta : Kementerian
Pariwisata

_____. 2016. Paparan Raker DPR-RI. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Paparan RDP Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata
Mancanegara. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

_____. 2016. Rencana Strategis Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata
Mancanegara. Jakarta : Kementerian Pariwisata.

Sofia, Hanni. 2015. Pemasaran Pariwisata Mancanegara di Era Digital. Jakarta : Kementerian
Pariwisata.

Sujatmiko, Eko. 2014. Kamus IPS. Cetakan I. Surakarta : Aksara Sinergi.

Sumarni, Murti, dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi
Perusahaan).Edisi ke V. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.

UNWTO.2015. UNWTO Tourism Highlights. Madrid : UNWTO.

Usman dan Purnomo. 2008. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta : PT. Bumi Aksara Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran.Edisi ke III. Yogyakarta : Andi.

Yoeti, Oka A. 1996. Pemasaran Pariwisata Terpadu. Bandung : Angkasa.

_____. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta : Pradaya
Paramita.