

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. Amerika: John Wiley & Sons, Inc.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haryono, et al. (2012). *Structural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos 18*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hair, et. al. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kartajaya, H. dan Yuswohady. (2005). *Attracting Tourist Traders Investors : Strategi Memasarkan Daerah Di Era Otonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Longino, E. (2007). *The Determinants of Sales Organization Effectiveness in Pharmaceutical Industry*. USA: Boca Raton.
- Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakhmad, W. (2001). *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Singarimbun, M. (1991). *Metode Penelitian*. Yogyakarta:LP3S.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis Third Edition*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

#### JURNAL

- Agusli, D. dan Kunto, Y. S. (2013). “Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra 1*. (2). 1-8.

- Angelita, C. dan Melati, I. (2014). Analisis Pengaruh E-Service Quality dan Unique Selling Proposition Terhadap Word-of-Mouth dan Dampaknya Terhadap Keputusan Subscribe Pada Layanan Informasi Lowongan Kerja (Studi Kasus: PT.RUMA)". 1-14
- Arenggoasih, W. (2016). "Pengaruh Brand Communication, Service Quality Dan Brand Personality Anggota Dewan Terpilih Melalui Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pemilih (Studi Partai Politik Gerindra)". *Jurnal Interaksi* 5. (2). 123-135.
- Bawanti, A. (2016). "Analisis *City Branding* dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jayapura". *Jurnal Media Wisata* 14. (1). 365-381.
- Calista, Y. (2016). "Pengaruh *Brand Communication* Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Based Brand Equity Dan Customer Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Platinum Ceramics Industry Di Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10. (2). 74-84.
- Handayani. dan Martini, I. (2015). "Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty Brand Trust* sebagai Variabel Mediasi (Studi *Empiris* pada pemakai motor *Matic* Merek Yamaha di Kota Semarang)". *Strategic Agility: Thrive in Turbulent Environment*. 1-18
- Indriani, J. dan Kuswoyo, C. (2017). "Pengaruh *City Branding* Pada *City Image* Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta". *Jurnal Manajemen* 17. (1). 41-52

- Intyaswono, S. et al. (2016). "Peran Strategi *City Branding* Kota Batu Dalam *Trend* Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu)". *Jurnal Administrasi Bisnis* 30. (1). 65-73.
- Lynch, J., dan de Chernatony, L. (2004). "The power of emotion: Brand communication in business-to-business markets". *Journal of Brand Management* 11. (5). 403–419.
- Meilinda, A. et al (2018). "Analisis *Unique Selling Proposition* Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan Geprek *Express*". *eJournal Ilmu Komunikasi* 6. (2). 28-42
- Muktiali, M. (2012). "Kaji Banding *City Branding* Kota Semarang Dengan Kota di Indonesia (Solo & Surabaya) dan Kota Dunia (Kota Amsterdam)". *Seminar Nasional City Branding*. 1-19.
- Murfianti, F. (2010). "Membangun *City Branding* Melalui Solo Batik Carnival". *Jurnal Penelitian Seni Budaya* 2. (1). 14-20.
- Nasution, R.A. dan Ardin, I. (2010). "Consumer Perceived Value Analysis of New & Incumbent Brands of Gudang Garam & Sampoerna". *The Asian Journal of Technology Management* 3. (1). 18-33.
- Niagara, D. W. dan Roostika, R. R. R. (2018). "Analisis Pengaruh *City Branding* Kota Yogyakarta Dan Kota Bandung Pada Perspektif Pengunjung". 1-21.
- Niu, Y. dan Wang, C. L. (2016). "Revised *Unique Selling Proposition*: Scale Development, Validation, and Application". *Journal of Promotion Management* 22. (6). 874–896.

- Putra, S. P. A. M. (2018). “Pengaruh *E-Wom* Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Pada Kunjungan Wisatawan Di Diy)” *MODUS* 29. (2). 201-218.
- Saputri, A.F. (2018). “Pengaruh City Branding Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Wisata Batu (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Wisata Batu)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 54. (1). 82-91.
- Schivinski, B. dan Dabrowski, D. (2014). “*The impact of brand communication on rand equity through Facebook*”. *Journal of Research in Interactive Marketing* 9. (1). 31-53.
- Setiawan, R. (2015). “Analisis *Destination Personality* Terhadap *Brand Attractiveness* Dan *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Brand Loyalty* (Survei Pada Pengunjung Objek Wisata Taman Air Sabda Alam Kabupaten Garut). 1-22
- Setiawan, R. (2015). “Analisis *Destination Personality* Terhadap *Brand Attractiveness* Dan *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Brand Loyalty* (Survei Pada Pengunjung Objek Wisata Taman Air Sabda Alam Kabupaten Garut). 1-22
- Soe’aidy, M. S. et. al. (2017). “Pengaruh Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Jenis *Low Cost Green Car*”. *Jurnal Manajemen* 1. (2). 190-199
- Sukamdi. et al. (2014). “Pengaruh *Marketing Public Relation* Terhadap Citra Objek Wisata Pangandaran Di Jawa Barat”. *Barista* 1. (2). 1-18.
- Sukmarga, A. A. dan Nirwana, A. (2016). “*City Branding: Sebuah Tinjauan Metodologis Dengan Pendekatan Elaboratif, Praktis, dan Ilmiah*”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual* 1. (1). 1-19.

- Sunanto, S. (2005). “Membangun Keunggulan Bersaing Di Era New Value Economy”.  
*Journal The Winners* 6. (1). 74-82
- Susilowati, D. et al. (2014). “Pengaruh Periklanan, Hubungan Masyarakat, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Ekuitas Merek Sepeda Motor Matic Honda Vario (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3. (4). 1-10.
- Talabi, F. O. et al. (2012). “Making Slogans and Unique Selling Propositions (USP) Beneficial to Advertisers and the Consumers”. *New Media and Mass Communication* 3. 30-36.
- Wibawanto, W. dan Nugrahani, R. (2015). “Peran Akademisi dalam Kontruksi *City Branding*”. *Seminar Kota Kreatif Universitas Negeri Malang*. 1-11.
- Yankee, S. (2008). “Positioning Your Video Business”. Wilton, United States-- US.

#### WBSITE

- Asep. (2017, 10 Oktober). Tasikmalaya Oktober Festival 2017 akan digelar Akhir Pekan Ini. *Pikiran Rakyat* [Online]. Tersedia: <http://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/2017/10/10/tasikmalaya-october-festival-2017-akan-digelar-akhir-pekan-ini-411248> [25 Oktober 2018].
- Hanif, E. (2013). *Definisi Place Branding*. [Online]. Tersedia: <https://indonesiabrand.wordpress.com/2013/01/19/definisi-place-branding/> [25 Oktober 2018].