

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi Ridho Subarkah. 2018. *Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)* Jurnal Sospol, Vol 4 No 2 (Juli – Desember 2018), Hlm 49-7
- Anholt, Simon. (2007). *Cometitive Identity : The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. USA : Palgrave Macmillan.
- Chaerani, Ratu Yulya. 2011. “*Pengaruh City Branding terhadap City Image (Studi pencitraan Kota Solo : The Spirit of Java*.Univ. Sultan Ageng Tirtayasa.Journal of Marketing. Vol. 2 : 14-19.
- Dinnie, Keith. (2011). *City Branding : Theory and Cases*. London : Palgrave Macmillan.
- Fadhila, Hasna. 2018. “*kontribusi radio city guide 911 FM dalam pengembangan pariwisata halal (halal taorism) di kota malang tinjauan DSN MUI No.108/DSN-MUI/X/2016*. (Skripsi) Fakultas syariah universitas islam negri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Herlambang, D. D. (2016). *Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial dan Ekonomi Penduduk Sekitar Lokasi Wisata Air Terjun Kedung Pedut di Dusun Kembang, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo*. GeoEducasia Vol. 1, No. 1, 1-19.
- Isyah, Anicha 2017.”*Peran strategi dinas pariwisata dan biro perjalanan wisata dalam mengoptimalkan pariwisata halal di kota solo*” (skripsi) departemen ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negri Surakarta.

- Jannah, Bidriatul. (2014). *Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung ke Banyuwangi*. Jurnal Administrasi Vol. 17 No. 1 Desember 2014.
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospect. *International Review of Management and Marketing*, Vol. 7 No. 3, 23-34.
- Kavaritzis, Mihalis. (2008). *From city marketing to city branding :An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens. Dissertations* : University of Gronigen
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Ketigabelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Keseblasan. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- Kamarudin, L. M. (2013). Islamic Tourism: The Impact to Malaysia's Tourism Industr. *Proceedings of international Conference on Tourism Development*, 397- 405.
- Komalasari, I. (2017). *Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing Muslim Friendly Tourism (MFT) Diantara Negara-Negara OKI*. Jurnal Ilmu Komunikasi Univeristas Riau, Vol. 4 No. 2 Oktober 2017, 1-12.
- Kurniawan, Luthfi. *Proses City Branding Yogyakarta (Studi Kualitatif Pada Merek “ Jogja Istimewa”)*. Jurnal Komunikasi Vol 3, No. 03 2015. Universitas Bakrie.
- Moilanen, Teemu & Rainsto.(2009) *How to Brand Nations, Cities and Destination, A Planning Book for Place Branding*. USA : Palgrave Macmilan

- Nizar, M. A. (2011). *Pengaruh Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*.
Jurnal Kepariwisataan Indonesia Vol. 6, No. 2, 195-211.
- Pitana, I Gede.(2005). *Sosiologi Parawisata*. Yogyakarta: Andi
- Prihatiningsih, Widayati. (2015). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan di Monumen Nasional Jakarta*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Sagala Wiranda 2018 *Pengaruh City branding “Negeri Indah Kepingan Surga” Terhadap Minat Berkunjung ke Danau Toba*. (Skripsi) Departemen Ilmu Komunikas Universitas Sumatera Utara
- Subarkah, A. R. (2018). *Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat*. Intermestic: Journal of International Studies, Volume 2, No. 2, Mei 2018(2), 188-203.
- Sugiono.(2010). *Statistik Untuk Penelitian*.Bandung : Alfabeta.
- Sugiono, P. D., (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widagdyo, Kurniawan Gilang. (2015). *Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*. The Journal of Tauhidinomicd Vol. 1, No. 1, 73-80.
- Wahida, Sari pangestu. 2018. *Place brand experience wisata malioboro terhadap city branding DIY “jogja istimewa”(studi kualitatif pada pengalaman wisata malioboro*.(Skripsi) Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Yanada, M. Rahmat & Salamah, Umi.(2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan: Makna Informasi.

Webside

<https://www.slideshare.net/tridamayantho/jogja-istimewa-city-branding44422031>. (diakses pada tanggal 20 september 2019)

Darwin, <http://www.slideshare.net/waizly/jogja-istimewa-city-branding>. (diakses pada tanggal 20 september 2019)