

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (1991). *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alexander, J. (2018). *Financial Statement Analysis and Financial Planning*. Hoboken: New Jersey.
- Amiruddin. (2016:95). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Amrullah, N. H. (2022). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap City Identity dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Jakarta, Indonesia. *ejournal.undiksha.ac.id*, 325-336.
- Anggraeni, D. (2020). Pengaruh City Branding, Motivasi Wisata, E-WOM, Citra Destinai Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Banyuwangi. <https://jurnal.dinamika.ac.id>, 1-102.
- Anholt, S. (2006). City Brand Index: How The World Sees The World"s Cities. *Journal of Place branding and Public Diplomacy*, Vol 2, 1.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. USA: Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. C. (2011). *Destination Brand: Managing Place Reputation*. Oxford, UK: Elsevier.
- Ardianto, E. (2010:170). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- As'ad. (1992). Psikologi Industri. In As'ad., *Psikologi Industri* (p. 89). Bandung: CV. Mandar Maju.
- Avraham. (2003). Conference: Proceedings of National Seminar on Forest Resource Management. In A. e. al, *Conference: Proceedings of National Seminar on Forest Resource Management* (pp. 15-17). Kanpur: Department of Forestry, C.S.Azad University of Agriculture & Technology.
- Avraham, E. (2000). Cities and Their News Media Image. *Science Direct*, 363-370.
- Avraham, E. d. (2008). *Media Strategies for Marketing Places in Crisis*. Burlington: Butterworth-Heineman.
- Bambang Prasetyo, L. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chairiawaty. (2012). Branding Idnetity. *jurnalfdk.uinsby.ac.id*, 517-522.
- Chiaravalle, B. &. (2015). *Branding for Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Chiaravalle, B. &. (2015). *Branding for Dummies*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Dahlen, R. (2005). Brands Affect Slogans Affect Brands? Competitive Interference, Brand Equity and the Brand-Slogan Link. *Journal of Brand Management*, 151-164.
- DISKOMINFOSP. (2023, 07 20). *Profil Kabupaten Lebak*. Retrieved from lebakkab.go.id: <https://lebakkab.go.id/profil-kabupaten-lebak/>
- Effendy. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. In Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (p. 225). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (1989). Kamus Komunikasi. In O. U. Effendy, *Kamus Komunikasi* (p. 181). Bandung: PT. Mandar Maju.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011:160). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013:139). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro Perss.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25*. Semarang: Universitas Diponegoro Perss.
- Hafida, S. A. (2019). Pengaruh City Branding "Kediri Lagi" Terhadap City Image dan Revisit Intention ke Kabupaten Kediri (Studi pada Wisatawan Simping Lima Gumul Kabupaten Kediri). *jimfeb.ub.ac.id*, 43.
- Howe, D. (2009). A Brief Introduction to Social Work Theory. In D. Howe, *A Brief Introduction to Social Work Theory* (p. 44). USA: Palgrave Macmillan.
- Kavaratzis, A. W. (2007). City Marketing: The Past, the Present and some Unresolved Issues. *Research Gate*, 695-712.
- Kavaratzis, M. (2009). City and Their Brands: Lessons from Corporate Branding. *Journal of Place Branding and Public Diplomacy*, 26-37.
- Kilamanca, D. F. (2010). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dan Keterbukaan Diri Dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial Pada Remaja. *UNS-F. Kedokteran Jur. Psikologi-G0106004-2010*, 19.
- Knapp, D. E. (2002). *The Brand Mindset*. Jakarta: Yayasan Mitra Netra.

- Kohli, L. &. (2007). Got slogan? Guidelines for Creating Effective Slogans. *Science Direct*, 415-422.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke sebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyantono, R. (2006:83). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- M. Auladi Alpianoor, K. M. (2017). Pengaruh City Branding Serta Tagline "Kediri Lagi" Terhadap Minata Berkunjung Wisatawan Domestik Kabupaten Kediri. *kemdikbud.go.id*, 44.
- Manzilati, A. (2017:4). *Metode Penelitian Kualitatif. Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, I. (2016:171). Positivisme Auguste Comte: Analisa Epistemologis Dan Nilai Etisnya Terhadap Sains. *Cakrawala Jurnal Studi Islam*, 167-177.
- Pius A. Partanto, M. D. (2001). *Kamus Ilmiah Populer*. Kota Mataram: Arkola.
- Putri, S. P. (2023). Pengaruh Smart City Dalam Menentukan Keberhasilan City Branding Pada Kelompok Target Penduduk Di Kota Surabaya. *jurnal.usk.ac.id*, 1-11.
- R.V.Foster, T. (2001). *Customer Care: Memberikan Perhatian Kepada Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ratna, N. K. (2011). *Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Roll, M. (2006). *Asia Brand Strategy: How Asia Builds Strong Brands*. London: Palgrave - Macmillan.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sadat, M. A. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

- Salim. (2001:139). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya.
- Santoso, S. (2012:993). *Aplikasi SPSS pada Statistik Non Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2018:175). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Mix Method*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015:14). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2008:165). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Suntoyo, D. (2016). *Metodelogi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Surjaatmadja. (2008). *Dasar-Dasar manajemen Merek*. Malang: Bayumedia.
- Swartz, E. (2023, Januari 17). *Nuts & Bolts*. Retrieved from etheses.uin-malang.ac.id: https://taglineguru.com/nuts_and_bolts.html
- Wibisono, K. (1983:22). *Arti Perkembangan: Menurut Filsafat Positivisme Auguste Comte*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Wijanarko, A. .. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika Jakarta.
- William F. Arens, M. F. (2013). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications*. Jakarta: Salemba Empat.