

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldo Putra, Dzaki, Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh City Branding “The Heart Of East java” Pada Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Kabupaten Malang. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arjana, Bagus Gusti. 2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Chaerani, Ratu Y.(2011). *Pengaruh City Branding Terhadap City Image Pada Pencitraan Kota Solo”The Spirit Of Java”*.Universitas Sultan Agung Tirtayasa.
- Dinnie, Keith. (2011). *City Branding/Theory And Cases*. Tokyo/Palgrave Macmillan.
- Dwi Prakoso, Bagus, Novi Marlana. 2020. Pengaruh City Branding Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Lumpur Sidoarjo. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryati, Tati, dan Jumadil Wahid.2018. Pengaruh City Branding “Beautiful Malang”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Kota Malang 2017. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Hidayah, Lailatul.dkk.2018. Pengaruh City Branding “ Pasuruan Always Fresh” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke kabupaten Pasuruan. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Ibram Malik, Moh, dkk.2016. Pengaruh City Branding “The Soul Of Madura” Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjun Ke Kabupaten Sumenep. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Indriani, Jesi, dan Chandra Kuswoyo. (2017). Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. Universitas Kristen Maranatha.

- Irawan, Ari.dkk.2018. Pengaruh City Branding Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Wisata Batu. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Isdarmanto. 2017 Dasar-Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata.Yogyakarta.Gerbang Media Aksara STPrAm Yogyakarta.
- Jannah,Bidriatul.dkk.2011. *Pengaruh City Branding dan City Image terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Banyuwangi*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Khomeini, Ayatullah, dkk.2020. Pengaruh City Branding “Bima Maja Labo Dahu” (Malu dan Takut) Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Bima. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Kline, R. B. (2011). *Principal an Practice of Structural Equation Modeling (3d ed.)*. New York: Guilford Press.
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. “Marketing Management Edisi 15”. New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mihardja, E. J. (2019). City Branding Strategy and Local Government Readiness, 353(IcoSIHESS), 206–212.
- Ningsih, Setia dan Dukalang, Hendra. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*. Vol. 1, No. 3. Page: 43-54.
- Nugraha, A. R., Yustikasari, & Koswara, A. (2017). Branding kota Bandung di Era Smartcity. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1–16.
- Prasetyo, Bambang Dwi. 2012.Modul Bahan Ajar UB *Distance Learning Strategic Branding*. Malang: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik Universitas Brawijaya.
- Priyatno (2009). Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS. Yogyakarta. Gava Media.
- Priyatno, Duwi. (2012) . *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi Kesatu. Yogyakarta : ANDI

- Riduwan dan Engkos, A.K. (2014). *Cara menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Cetakan ke enam. Bandung: Alfabeta.
- Rizki Aulia, Ananda, dan Ai Lili Yuliyanti.2019. Pengaruh City Branding “ A Land Of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak Kabupaten Bogor. Universitas Telkom Bandung.
- Saputri, A. F., Fauzi, A. and Irawan, A. (2018) ‘Pengaruh City Branding Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Wisata Batu (Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), pp. 82–91.
- Soliha, Euis.dkk.2014. Pengaruh City Branding Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Semarang. Program Pasca Sarjana Universitas Stikubank Semarang.
- Sudana, I Made dan Rahmat Heru Setianto. 2018 *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS*. Jakarta.Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyaningtyas, wiwied.dkk.2016. Pengaruh City Branding Terhadap City Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Ke Kota Malang.Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Startegi dan Kasus)*, Yogyakarta:CAPS(Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono,F& Gregorius Chandra.2016. *Pemasaran Stratejik Edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wandari, Lita ayu,dkk.(2014) Pengaruh City Branding “Shining Batu” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Yunanda, Salamah. (2014). *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupeten, dan Propinsi Berbasis Identitas*. Makna Informasi, Jakarta.

Pokdarwis Desa Sumbermujur tahun 2020

<https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/index.php/2020/09/01/koordinasi-penyamaan-persepsi-jumlah-pulau-diindonesia-tahun-2020/>