



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anholt, S. (2003). *Brand new justice: The upside of global branding*. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities, and regions*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belch, G.E., & Belch, M.A. (2008). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (8<sup>th</sup> ed.)*. New York, NY: McGraw Hill.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi penelitian sosial & ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Clifton, R., & Simmons, J. (2003). *Brands and branding (the economist)*. London: Profile Books Ltd.
- Creswell, J.W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4<sup>th</sup> ed.)*. California, CA: SAGE Publications.
- Dattalo, P. (2010). *Strategies to approximate random sampling and assignment*. New York, NY: Oxford University Press, Inc.
- Dinnie, K. (2008). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Great Britain: Elsevier.
- Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20 edisi 6*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govers, R., & Go, F. (2009). *Place branding: Glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined, and experienced*. Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Hamdi, A.S., & Bahrudin, E. (2014). *Metode penelitian kuantitatif: Aplikasi dalam pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Kotler, P., Bowen, J.T., & Makens, J.C. (2006). *Marketing for hospitality and tourism (4<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Middleton, V.T.C, Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism (4<sup>th</sup> ed.)*. Great Britain: Elsevier.
- Neumeier, M. (2003). *The brand gap*. New York, NY: New Riders Publishing.
- Shimp, T.A., & Andrews, J.C. (2013). *Advertising, promotions, and other aspects of integrated marketing communications (13<sup>th</sup> ed.)*. Boston: CENGAGE Learning.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Yananda, M., & Salamah, U. (2014). *Branding tempat: Membangun kota, kabupaten, dan provinsi berbasis identitas*. Jakarta: Makna Informasi.

## Jurnal

- Dawes, J. (2008). Do data characteristics change according to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point, and 10-point scales. *International Journal of Market Research*, 50. Diakses dari: <https://pdfs.semanticscholar.org/b75b/5ccdb2db7ddd8c62e74633b6ef34345cef5a.pdf>
- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan consumer decision model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11. Diakses dari: <https://www.scribd.com/document/98724341/Softener>
- Labiba, U.A.M., Mawardi, M.K., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh minat berkunjung ke korea berdasarkan persepsi terpaan iklan video imagine your korea dalam akun youtube. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45. Diakses dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1770/2143>

Priyatmoko, R. (2016). Tingkat kesadaran pramuwisata terhadap branding “Wonderful Indonesia” dan “Pesona Indonesia”: Strategi pemasaran destinasi pariwisata. *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia*, 1. Diakses dari: [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/05\\_JDP\\_05\\_BRAND%20AWARENESS%20\\_%20Moko\(1\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/05_JDP_05_BRAND%20AWARENESS%20_%20Moko(1).pdf)

Utami, S., & Gaffar, V. (2014). Pengaruh strategi nation branding “Wonderful Indonesia” terhadap proses keputusan berkunjung wisatawan australia ke indonesia. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 4. Diakses dari: <http://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/download/1978/1361>

### **Skripsi**

Anggarini, A.P. (2017). *Pengaruh nation branding “Pesona Indonesia” terhadap preferensi wisata masyarakat kota bandung*. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

### **Tesis**

Gras, M.K. (2008). *Determining the relationship between destination brand image and its components with intention to visit*. University of North Carolina, Wilmington, USA.

Eriksson, T. (2012). *The english nation-brand and international recruitment from finland*. Arcada University of Applied Sciences, Finlandia.

### **Disertasi**

Shen, S. (2009). *Visitors’ intention to visit world cultural heritage sites: Empirical evidence from the cases of cologne and suzhou*. Universität zu Köln, Jerman.

Rainisto, S.K. (2003). *Success factors of place marketing: A study of place marketing practice in northern europe and united states*. Helsinki University of Technology, Finlandia.

## Media Online

- Adv. CNN Indonesia. (2017, October 18). Sektor pariwisata tunjukkan angka pertumbuhan yang baik. *CNN Indonesia*. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20171018122809-307-249199/sektor-pariwisata-tunjukkan-angka-pertumbuhan-yang-baik>
- Farhan, A. (2016, July 1). Pesona Indonesia, bikin wisatawan traveling di negeri sendiri. *Detik.com*. Diakses dari: <https://travel.detik.com/travel-news/d-3246422/pesona-indonesia-bikin-wisatawan-traveling-di-negeri-sendiri>
- Fikri, D.A. (2018, June 30). Anak muda punya peran penting dalam kembangkan pariwisata Indonesia, ini kata Arief Yahya. *Okezone.com*. Diakses dari: <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/06/30/406/1916025/anak-muda-punya-peran-penting-dalam-kembangkan-pariwisata-indonesia-ini-kata-arief-yahya>
- Muthmainah, D.A. (2016, October 8). Wisata luar negeri lebih banyak diincar di garuda travel fair. *CNN Indonesia*. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161008164907-269-164192/wisata-luar-negeri-lebih-banyak-diincar-di-garuda-travel-fair>
- Noviyanti, S. (2014, December 24). Peluncuran “Wonderful Indonesia” dan “Pesona Indonesia”. *Kompas.com*. Diakses dari: <https://travel.kompas.com/read/2014/12/24/164500827/Peluncuran.Wonderful.Indonesia.dan.Pesona.Indonesia>
- Putri, A.W. (2017, October 19). Menjadikan pariwisata sebagai core business Indonesia. *Swa Wonderful Indonesia Co-branding Forum*. Diakses dari: <https://swa.co.id/wicf/news/menjadikan-pariwisata-sebagai-core-business-indonesia>
- Rahmadhoni, E.K. (2015). 5 alasan kenapa orang lebih memilih liburan ke luar negeri dibandingkan liburan di dalam negeri. *Hipwee*. Diakses dari: <https://www.hipwee.com/list/5-alasan-kenapa-orang-lebih-memilih-liburan-ke-luar-negeri-dibandingkan-liburan-di-dalam-negeri/>
- Riana, F. (2016, January 14). Pengguna Instagram di Indonesia anak muda mapan, terpelajar. *Tempo.co*. Diakses dari: <https://nasional.tempo.co/read/736014/pengguna-instagram-di-indonesia-anak-muda-mapan-terpelajar>
- Runkel & Associates. (2015). Asia tourism: Healthy growth, with few exceptions. *Business-in-asia.com*. Diakses dari: [http://www.business-in-asia.com/industries/tourism\\_first\\_qtr09.html](http://www.business-in-asia.com/industries/tourism_first_qtr09.html)

Smith, O. (2017, June 27). The surprising places where tourism is growing fastest. *The Telegraph*. Diakses dari: <https://www.telegraph.co.uk/travel/lists/the-surprising-places-where-tourism-is-growing-fastest/>

### Sumber Lain

Chariri, A. (2009). *Landasan filsafat dan metode penelitian kuantitatif* (dokumen PDF). Diakses dari: <http://eprints.undip.ac.id/577/>

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2017). *Pedoman brand & design*. Jakarta: First Printing Kementerian Pariwisata.

Prasetia, A.R. (2015). *Nation branding: Komunikasi kenegaraan atau komunikasi pemasaran?* (dokumen PDF). Diakses dari: [http://www.academia.edu/19420834/NATION\\_BRANDING\\_KOMUNIKASI\\_KENEGARAAN\\_ATAU\\_KOMUNIKASI\\_PEMASARAN](http://www.academia.edu/19420834/NATION_BRANDING_KOMUNIKASI_KENEGARAAN_ATAU_KOMUNIKASI_PEMASARAN)

Wijayanto, A. (2008). *Analisis regresi linear sederhana (teaching resource)* (dokumen PDF). Diakses dari: <http://eprints.undip.ac.id/6440/>

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA