



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BIBLIOGRAPHY

Books

- Aaker, D. A. (2010). *Building strong brands*. New York: The Free Press.
- Clifton, R., Ahmad, S., Allen, T., & Anholt, S. (2009). *Brands and branding*.
London: The Economist Newspaper, in association with Profile Books.
- Govers, R., & Go, F. M. (2009). *Place branding: glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined and experienced*. Basingstoke,
Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding destinasi dan promosi pariwisata*, Jakarta: PT
Gramedia Pustaka Utama
- Landa, R. (2006). *Designing brand experiences*. Clifton Park, NY: Thomson
Delmar Learning.
- Liem, T. J. (1933). *Riwajat Semarang: Dari Djamannja Sam Poo Sampe
Terhapesnja Kongkoan*. Semarang-Batavia: Boekhandel Ho Kim Yoe.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2015). *Destination branding: creating the
unique destination proposition*. London: Routledge.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu way: secrets of cross switch
marketing from the worlds leading advertising agency*. New York:
McGraw-Hill.
- Tio, J. (2000). *Kota Semarang dalam Kenangan*. Semarang: Pemerintah Kota
Semarang

Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. Hoboken, N.J.: John Wiley.