DAFTAR PUSTAKA

Anholt, S. (n.d.). *Competitive Identity : The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*.

Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi. Journal of Chemical Information and Modeling, 3(9), 1689–1699. https://doi.org/10.1017/CBO978110741532 4.004 Ferreira, P., & Dionísio, A. (2019). - Search. (n.d.). Retrieved June 30, 2026, from https://www.bing.com/search?q=Arifin%2C+M.+%282017%29.+Strategi+Manajemen+Perubahan++Dalam+Meningkatkan+Disiplin+Di+Perguruan++Tinggi.+Journal+of+Chemical+Information+and++Modeling%2C++3%289%29%2C++1689%E2%80%931699.++https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.1017%2FCBO978110741532+4.004++Ferreira%2C+P.%2C+%26+Dion%C3%ADsio%2C+A.+%282019%29.+&form=ANSPH1&refig=6a43679da49145149a9405201c2b4e18&pc=LCTS

Arwanto, C. P. V., Nugraha, B. S., & Widiyarta, A. (2020). Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *PERSPEKTIF*, *9*(2), 322–328. https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646

Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan. (n.d.). Retrieved December 10, 2025, from https://magetankab.bps.go.id/id

Gunn, C. A. ., & Var, Turgut. (2020). *Tourism planning basics, concepts, cases*. Routledge.

Hikmah, A., Suharyono, R., & Kumadji, S. (2015a). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *28*(2), 86456. https://www.neliti.com/publications/86456/

Hikmah, A., Suharyono, R., & Kumadji, S. (2015b). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *28*(2), 86456. https://www.neliti.com/publications/86456/

hilman, yusuf adam, & Megantari, K. (2018). MODEL CITY BRANDING SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN PARIWISATA LOKAL PROVINSI JAWA TIMUR. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, *2*(2), 22–34. https://doi.org/10.31002/JKKM.V2I2.784

\lfj, P. J. \ae·rj \, & Bandung. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. www.cvalfabeta.com

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, *49*(4), 41. https://doi.org/10.2307/1251430

STRATEGI CITY BRANDING KABUPATEN MALANG "THE HEART OF EAST JAVA" DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH (STUDI PADA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN MALANG) SKRIPSI Diajukan untuk Menempuh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya KHETIMARETA PRATUNGGA DAMASTUTI. (n.d.).

UU No. 10 Tahun 2009. (n.d.). Retrieved June 30, 2026, from https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009

Wheeler, A. (2017). Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team. *John Wiley & Sons, Inc.*, 336. https://www.wiley.com/en-us/Designing+Brand+Identity%3A+An+Essential+Guide+for+the+Whole+Branding+Team%2C+5th+Edition-p-9781118980828

Wibowo, T. O. (2018). Strategi Pengembangan Daya Tarik Kota Lasem Sebagai Kota Batik-Kopi. *Jurnal Pariwisata Terapan*, *2*(1), 1. https://doi.org/10.22146/jpt.35371

Anwar, Khoirul & Istiana Wijaya Mala . (2023). Dampak Pengembangan Kebijakan City Branding "Ngawi Ramah" terhadap Realisasi Investasi di Kabupaten Ngawi. Publikasi Penelitian Terapan dan Kebijakan 6 (2), 134-142

Karvelyte, K., & Chiu, J.-H. (2011). Planning process of city brands: A case study of Taipei City. International Journal of Strategic Communication, 5(2), 139-160. https://doi.org/10.1080/1553118X.2011.561485

Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding. Place Branding and Public Diplomacy, 5(1), 26-

37. https://doi.org/10.1057/pb.2008.3

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Magetan. (2022). Gamelan produksi Kabupaten Magetan jangkau wilayah Indonesia. https://kominfo.magetan.go.id/gamelan-produksi-kabupaten-magetan-jangkau wilayah-indonesia