

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bogdan, R. C. Biklen, S.K. (1990). *Qualitative research for education: An Introduction to theory and method*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Boy Syahbana, et.al., (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.
- Carmona, et al. (2003). *Public Spaces – Urban Spaces, the dimension of urban design*. Architectural Press
- Carr, Stephen. (1992). *Public Space*. Cambridge: University Press
- Dinnie, Keith. (2011). *Citybranding: Theory and Cases*. London: Palgrave Macmillan.
- Hasan, M. Iqbal, (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kertajaya, Hermawan. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lexy, Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- McDaniel, C & Gates, R. (2013). *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta; Salemba.
- Mukhtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group
- Purhantara, Wahyu, (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiarsono, Joko. (2009). *Citybranding: Bukan Sekedar membuat Logo dan Slogan*. Jakarta: Majalah SWA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Schunk, Dale. H. (2012). *Learning Theories: An Educational Perspectives, 6th Edition*. New York: Pearson Education Inc.
- Walzer, Michael. (1995). *Toward a Global Civil Society*. Oxford: Berghahn Books.
- Wijaya, B. S. (2015). *Midnight Culture: Ketika Kaum Muda Urban Memperlakukan Malam sebagai Siang*. Dalam Budiawan (ed.), *Media*

[Baru], *Tubuh, dan Ruang Publik: Esei-Esei Kajian Budaya dan Media*.  
Yogyakarta: Jalasutra

Yin, Robert K. (2008). *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois: Sage Publishing, Inc.

### **Jurnal**

Faisal, A., Putra, H. S. A. & Nugraha, W. C. R. (2017). Warung Kopi, Media dan Konstruksi Ruang Publik di Makassar. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 7(2), 190-225. [http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal\\_Communication\\_spectrum/article/view/1839](http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1839)

Hayden, C., dan Sevin, E. (2012). *The politics of meaning and the city brand: The controversy over the branding of Ankara. Place Branding and Public Diplomacy*, 8(2), 133–146. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.8>

Hambalah, Febrina. (2017). Surabaya sebagai Kota Maritim: Strategi Pemasaran *Citybranding* dan Tantangan di Masa Depan. *Jurnal Aplikasi Administrasi*, 20(1), 61-69. <http://ejurnal.fisipuht.or.id/index.php/JAA/article/view/93>

Kavaratzis, Mihalis. (2004). From city marketing to citybranding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding and Public Diplomacy* 1, 58–73. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990005>

Larasati, D., dan Nazaruddin, M. (2016). Potensi Wisata dalam Pembentukan *Citybranding* Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 99-116. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art1>

Said, Irwanti. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(1), 33–47. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/view/2920/2796>

Wijaya, B. S. (2014). Makna Gaya Hidup Tengah Malam Anak Muda Urban di Branded Convenience Store dan Café 24 Jam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 163-179. <https://doi.org/10.31315/jik.v12i2.373>

Wibowo, T. O. (2018). Strategi Pengembangan Daya Tarik Kota Lasem sebagai Kota Batik-Kopi. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.22146/jpt.35371>

**Sumber Elektronik:**

Budiharsono, Sugeng. (2015). *Pengembangan Ekonomi Lokal dan Daerah Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah*. Academia.  
[https://www.academia.edu/11332782/Pengembangan\\_Ekonomi\\_Lokal\\_dan\\_Daerah\\_untuk\\_Meningkatkan\\_Daya\\_Saing\\_Daerah](https://www.academia.edu/11332782/Pengembangan_Ekonomi_Lokal_dan_Daerah_untuk_Meningkatkan_Daya_Saing_Daerah)