

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2010). *Places Identity, Image and Reputation*. London: Palgrace Macmillan.
- Anonim, 2020 "Semarang City Branding" dalam <https://www.slideshare.net/whizisme1/semarang-city-branding>
- Anonim, 2020 "Gambar Kawasan Kota Lama Semarang" dalam <https://kawasankotalamasemarang>"
- Anonim, 2020 "city branding Kota Semarang" dalam www.rmoljateng.com
- Asmania, H., Herbasuki, N., & Mariyam, M. (2014). Strategi Penataan Kawasan Kota Lama. *Journal of Public Policy and Management*, 3(1), 1-10.
- Avraham, E. (2008). *Media Strategis For Marketing Place In Crisis*. Elsevier.
- Braun, E. (2008). *City Marketing: Toward and Integrated Approach*. ERIM.
- Creswell, J. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Y. (2020). *Riwayat Kota Lama Semarang*. Kota Semarang: SINAR HIDOEP.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding. Concepts, Issues and Practice*. Burlington: Elsevier.
- Hauge, A. (2006). Identity and Place: A Critical Comparison of Three Identity Theories. *Architectural Science Review*, 50(1), 44-51.
- Kavartzis, M. (2004). *From City Marketing to City Branding: Towards A theoretica; Framework for Developing City Brands*. Henry Stewart Publications.
- Kertajaya, H., & Yuswohady. (2005). *Atracting Tourists, Traders, Investors: Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks .
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage Publications, Inc.
- Lauditta, A. (2019). Analisis Identitas Kota Sebagai Potensi City Branding Kota Semarang.

- Laily, 2018 “*City Branding | Pemerintah Kota Semarang*” dalam https://Semarangkota.go.id/p/32/city_branding
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. London: Sage Yin Publication.
- Moilanen, Teemu, & Rainisto, S. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations: A planning Book For Place Branding*. NY: Palgrave Macmilan.
- Moleong, L. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natalie, C., & Harsasto, P. (2019). Revitalisasi Kawasan Kota Lama Sebagai Upaya *City Branding* di Kota Semarang. *Journal of Politic and Goverment Studies*.
- Puspitasari, A., & Ramli, W. (2017). Manajemen Pelestarian Kawasan Kota Lama Sebagai bagian Penting Kota Pusaka Semarang. *Seminar Nasional Space(vol.3, pp. 3288-341)*.
- Peraturan Daerah (PERDA) Kota Semarang No.8 Tahun 2013. Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) Kawasan Kota Lama Semarang
- Peraturan Walikota No. 12 Tahun 2007. Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Kawasan Kota Lama (BPK2L) Semarang
- Peraturan Kemendikbud No. 682/P/2020. Kawasan Cagar Budaya Kota Semarang Lama Sebagai Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional
- Rowley, J. (2004). online branding. *Online Information Review*, 28(2), 131-138.
- Samadi, Z., & Yunus, R. (2012). Conflict of Image and Identity in Heritage Commencilization. *Social and Behavioral Science*, 50, 675–684.
- Sudaryono (2006). *Metode Penelitian*. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trueman, Klemm, M., & Giroud, A. (2004). Can a city communicate? *Corporate Communications*.
- Yananda, M., & Salamah, U. (2014). *Branding Tempat ; Membangun Kota, Kabupaten dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.