



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin Burhan, *Komunikasi pariwisata*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2015
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana. 2007
- Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak. *Kajian Pengembangan Objek Pariwisata Unggulan di Kabupaten Siak*. Pekanbaru: PT. Wastu Asrindo Riau. 2012
- Durianto, Sitiinjak, T. *Strategi Menaklukkan Pasar Riset Ekuistis dan Perilaku Merk*. Jakarta: Gramedia. 2003.
- Effendy, *Hubungan Masyarakat*. Grafindo. 2006
- Keith Butterick, *Pengantar Public Relations*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada 2012
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- M. Rahmat Yananda & Umi salamah *Branding Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*, Jakarta Makna Informasi: 2014
- Moelong, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana Deddy, 1999. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosda Karya.
- Pemerintah Kota Makassar. *Buku Saku City Branding Makassar*, Makassar: Anindo Media. 2014
- Ruslan, Rosady, 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ruslan, Rosady, 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja
- Setianti Yanti, 2006. *Kegiatan Humas Pemerintah dalam mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah*. Bandung: Lembaga Penelitian Unpad.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Subagyo,1991.*Metode Penelitian Teknik dan Praktek*.Jakarta:Pustaka BinamanPresindo

Simamora, Hendri,. *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta : PT Rineka Cipta. 2007)

Tjiptono, Fandi. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi Offet Press.

Jurnal :

Bram, Yudi Farola. 2005. Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT Rambang dengan Menggunakan Metode EPIC Model. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya* Vol 3 No. 6. Hal 1-23.

Rakhman Priyatmoko (2016): “Tingkat Kesadaran Pramuwisata Terhadap Branding Wonderful Indonesia Dan Pesona Indonesia: Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata”, *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia* Vol. 1 No. 1 Juni 2016

Ratna Roostika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta “Citra Merek Tujuan Wisata Dan Perilaku Wisatawan:Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata”, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Volume 1, Nomor 1, April 2012

Pratiwi Putri Anugerah, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya “Strategi Komunikasi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Melakukan Nation Branding Pada Event Itb Berlin 2013” *Jurnal E-Komunikasi* VOL I. NO.2 TAHUN 2013



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lily Purwianti dan Yulianty Ratna Dwi Lukito Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam, “Analisis Pengaruh City Branding Kota Batam Terhadap Brand Attitude (Studi Kasus Pada Stakeholder Di Kota Batam)” Jurnal Manajemen, Vol.14, No.1, November 2014

Diah Dharmayanti. *Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014)

Hari Mulyadi. *Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Sampo Sunsilk*. Jurnal Strategic, Volume 7, Nomor 13, Februari 2008

Kadarisman Hidayat. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana Simpati Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 34 No. 1 Mei 2016

Internet:

<http://sumutpos.co/2016/05/23/siak-hadirkan-branding-wisata-the-truly-of-malay/> di akses pada tanggal 10 januari 2016 pukul 20:12 wib

<http://digilib.unila.ac.id/15118/2/bab%202.pdf> di akses pada tanggal 10 januari 2016 pukul 19:12 wib

<http://www.riauindikator.com/2682/menju-siak-the-truly-malay.html> diakses pada tanggal 6 januari 2017 pukul 22:28 WIB

<http://mediacenter.riau.go.id/read/7659/bupati-promosikan-siak-the-truly-malay.html> diakses pada tanggal 11 januari 2017 pukul 10:28 WIB

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

http://disparporakabsiak.blogspot.com/2013_07_01_archive.html diakses pada tanggal 11 januari 2017 pukul 10:28 WIB

J. Charlene Davis. 2007. A Conceptual View Branding For Services. Diperoleh dari http://bussinesperspective.org/journal_free/im/2007/im_2007_01/Davis.pdf diakses pada tanggal 11 januari 2017 pukul 10:28 WIB

http://curvetube.com/kopi_tayang-Coffe_Break_Tvone-Kab_Siak/mMxiA-bPLEs.video. tanggal 12 Agustus 2017

