

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 345–355.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462>
- Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI. (2023). *Analisis Ringkas Cepat: Urgensi Penguatan Daya Saing Pariwisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Nasional*. 1–44. <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-41.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (n.d.). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan (jiwa), 2023-2024*. Retrieved January 20, 2025, from <https://surakartakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzEzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-kota-surakarta.html>
- Bui, T. T. B. (2023). Modelling the New Brand Equity of Destination Theory and Travel Intention: an Empirical Study From Vietnam. *Tourism and Hospitality Management*, 29(3), 349–364. <https://doi.org/10.20867/thm.29.3.3>
- ČERVOVÁ, L., & PAVLŮ, K. (2018). Customer-Based Brand Equity of a Tourism Destination: an Empirical Study of the Liberec Region. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 8(2), 32–36. <https://doi.org/10.33543/08023236>
- Cervova, L., & Vavrova, J. (2021). Customer-based brand equity for a tourism destination: The case of croatia. *Economies*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/economies9040178>
- Chairunnisya, & Setyowardhani, H. (2021). Brand Equity of A Tourist Destination: An Analysis of Domestic Tourists' Perspectives. *Andalas Management Review*, 5(1), 93–106. <https://doi.org/10.25077/amar.5.1.93-106.2021>
- Chi, H. K., Huang, K. C., & Nguyen, H. M. (2020). Elements of Destination Brand Equity and Destination Familiarity Regarding Travel Intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(February 2019), 101728. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.012>
- Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Surakarta. (n.d.). *Selayang Pandang*. Retrieved January 20, 2025, from <https://dprd.surakarta.go.id/selayang-pandang/>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta. (2023). *LAPORAN KINERJA INSTANSI PEMERINTAH (LKjIP)*.
- Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka*.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Universitas Terbuka.

- Gabur, M. F. A., & Sukana, M. (2020). *Manajemen Pariwisata di Pulau Padar, Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo*. 8(2), 336–342.
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). *Proses Desination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia*. IX(2).
- Kurniawan. (2023). *Determinant of Destination Brand Equity of Ciletuh Geopark*. 25(1), 80–88.
- Lusianingrum, F. P. W., & Pertiwi, W. N. B. (2022). *Faktor yang Memengaruhi Generasi Z Untuk Berwisata*. Tahta Media Group.
- Mufrida, I. E. (2024). *10 Provinsi dengan Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Terbanyak*. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-terbanyak-oHuog>
- Mustari, N., Hartaman, N., Audrina Sahrir, V., Rahmi Aulia, N., & Atirah H, S. (2021). Branding Pariwisata dalam Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Majene. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(2), 282–293. <https://doi.org/10.14710/jiip.v6i2.11912>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*.
- Ningrum, D. P. (2023). Komunikasi Dan Optimalisasi Branding Pariwisata Berkelanjutan Di Seribu Batu Songgo Langit Yogyakarta. *Scriptura*, 12(2), 72–81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.2.72-81>
- Nugraha, Y. E., & Enga, E. R. L. (2021). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam. *Media Wisata, volume 19*(1), 67–70. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131.
- Pranatasari, F. D., & Diva, M. A. (2020). Analisis Perbedaan Persepsi Brand Equity Destinasi Wisata Borobudur Pada Generasi X, Y Dan Z. *Parsimonia*, 7(1), 68–79. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Prasetyo, A. T., Nugrahani, R., & Sugiarto, E. (2020). Pengembangan Visual Destination Branding dan Aplikasinya pada Berbagai Media Promosi Kawasan Wisata Bandungan Kabupaten Semarang. *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*, 1(2), 102–114. <https://doi.org/10.38010/dkv.v1i2.15>
- Putri, S. S. P. Y., & Marsoyo, A. (2023). Prospek Destinasi Pariwisata Di Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 24(2), 74–86. <file:///C:/Users/PC/Downloads/75430-223650-1-PB.pdf>

- Rahayu, S., & Hariadi, S. (2021). Brand Equity of Banyuwangi as a Natural Tourism Destination. *Proceedings of the 18th International Symposium on Management (INSYMA 2021)*, 180(Insyma), 175–180. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210628.029>
- Sa'ban, L. M. A., Ilwan, & Rosita. (2023). *Promotion Tourism Wawoangi Village*. 3(8), 7271–7280.
- Sari, P. N., Isabella, A. A., Nurahman, D., Nurhartanto, A., Nurhadi, S., Siregar, A. A., & Alyonni, A. (2024). *Optimalisasi Sumber Daya Manusia Dalam Manajemen Pariwisata Desa Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan*. 4(4). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i4.744>
- Sastraningsih, E., Diana, H., & Yulefnita. (2023). Enhancement Of Regional Tourism Sector To Improve Community Economy. *Community Engagement & Emergence Journal*, 4, 2023.
- SHEN, L., & MA, J. (2022). A Study of Shanghai Tourist Destination Brand Equity: Perspectives from Western Group Tourists. *Journal of Tourism Management Research*, 9(1), 82–96. <https://doi.org/10.18488/31.v9i1.3079>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tasrik, & Budiandriani. (2024). *Experiental Marketing Dengan Pendekatan Sapta Pesona Terhadap Minat Wisatawan Pantai Indah Bosowa Untuk Berkunjung Kembali*. 5(1), 1044–1056.
- Wadyatenti, M. A. D. V. (2022). Analisis Destination Brand Equity Di Era New Normal. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 29(1), 18–29.
- Yunizar, I. M., Kismartini, K., & Rahman, A. Z. (2022). *Mengembangkan wisata alam posong melalui pendekatan brand hexagon di kabupaten temanggung*. 215–231.

Dokumen dan Regulasi

- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Kepariwisataaan Daerah Tahun 2016-2026
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026
- Pemutakhiran Nomenklatur Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta 2021-2026