

DAFTAR PUSTAKA

- A, Hasniaty. 2016. "Strategi Pemasaran P.T.Samsung Electronic Indonesia Divisi HHP Cabang Makassar." *Jurnal Manajemen Motivasi* 11(1):522. doi: 10.29406/jmm.v11i1.55.
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. 2018. "Personal Branding Remaja di Era Digital." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11(1):20–30. doi: 10.29313/mediator.v11i1.3626.
- Arisandi, dkk. 2018. "Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2):109–16. doi: 10.26533/jmd.v1i2.263.
- Daniel. 2019. "濟無No Title No Title." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- E.Suwandi, Dkk. 2018. "Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome." *Jurnal Teknik Elektro* 11.
- Ferbita, Lyra Vellaniza, Yanti Setianti, Sussane Dida, Lembaga Ilmu, dan Pengetahuan Indonesia. n.d. "STRATEGI DIGITAL BRANDING LEMBAGA ILMU PENGETAHUAN INDONESIA (LIPI) MELALUI MEDIA SOSIAL Era digital dimulai dengan semakin pesatnya jaringan internet . Kondisi menyebabkan pergeseran budaya manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain . ." 16(2):113–36.
- Gunawardane, Nisal Rochana. 2015. "Impact of Brand Equity towards Purchasing Desition: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka." *Journal of Marketing Management (JMM)* 3(1):100–117. doi: 10.15640/jmm.v3n1a10.
- Hanggara, Vicky, Ritzky Karina M. R. Brahmana, Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, dan Jl Siwalankerto. 2015. "Pengaruh Brand Personality Teh Javana Terhadap Purchase Intention Melalui Pendekatan Self-Image Congruence." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15.
- Jayanti, Theresia Budi. 2018. "Citra Kota Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Juwana." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 2(1):420. doi: 10.24912/jmishumsen.v2i1.2062.
- L.Gloria dkk. 2019. "Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado Analysis of Segmenting , Targeting , and Positioning To Buying Decision of Maxx Coffee ' S Products in Aryaduta Hotel Manado." *Econimics and Business* 7(4):3129–38.
- Maharani P. 2016. "PENGARUH BRAND POSITIONING WONDERFUL INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK BERKUNJUNG KE INDONESIA (Survei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Singapore, Malaysia dan Australia)." *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 4(1):741. doi: 10.17509/thej.v4i1.1983.
- Mufli, Dkk. 2018. "Analisis Relevansi City Branding ' Beautiful Malang ' melalui

- Pendekatan City Brand Index dan City Brand Personality.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61(4):61–70.
- Napitulu, Novena Ulita. 2015. “Strategi Pemasaran Pariwisata Budaya Mentawai Melalui Produk Kesenian Muturuk.” *Jurnal Desain dan Seni* 2(1):59–66.
- Nofriyanti, Ayesha Rizky, Magister Manajemen, dan Universitas Brawijaya. 2017. “Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna.” *Ekonomi Bisnis* 22(2):130–42.
- Pane, Dkk. 2018. “濟無 No Title No Title.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Patra, Dkk. 2019. “Prospek Pengembangan Pariwisata Danau Matano Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Luwu Timur.” *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 7(2):60–69. doi: 10.35906/je001.v7i2.324.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, dan Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. 2019. “Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online.” *Jurnal Sains dan Informatika* 5(2):128. doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.
- Purwanti, Angel. 2016. “Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Kegiatan Visit Batam 2010.” *Jurnal Komunikasi* 10(1):29. doi: 10.21107/ilkom.v10i1.1834.
- Puteri. 2020. “Menentukan Populasi dan Sampel.” *Menentukan Populasi Dan Sampel Dalam Riset-Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam* (April). doi: 10.13140/RG.2.2.28776.01285.
- R.Ayuwardani. 2018. “PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015).” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7(1). doi: 10.21831/nominal.v7i1.19781.
- Rahmady, Andy, Angel Purwanti, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam, Dosen Program, Studi Ilmu, dan Universitas Putera Batam. 2020. “Brand Equity Pt Samsung Electronic Indonesia Di Kota.” 01(12):195–203.
- Sudiarta, I. Nyoman. 2012. “Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah?” *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* 7(1):60–75.
- Supriono, Supriono. 2017. “Analisis Deskripsi Potensi Pariwisata Kota Batam Dalam Rangka Menjaring Wisatawan Mancanegara.” *Jurnal Pariwisata Terapan* 1(2):97. doi: 10.22146/jpt.30150.
- Sutama. 2020. “Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan ...* 5:213–22.
- Syarifuddin, Didin. 2018. “NILAI CITRA KOTA DARI SUDUT PANDANG WISATAWAN (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang).” *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1(2). doi: 10.17509/jithor.v1i2.13761.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *APLIKASI PRAKTIS SPSS DALAM PENELITIAN*. diedit oleh A. Djojo. Yogyakarta.

Yusup, Febrinawati. 2018. "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7(1):17–23. doi: 10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.

Website :

www.batamkota.bps.go.id. (2020). No Title.