

Daftar Pustaka

Buku

- Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. United States: Peachpit.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini. L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management*. United States: PrenticeHall.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hasan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler. (2014). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Rustan, S. (2009). *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Santrock, J. W. (2022). *Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian. Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sugiyama, K., & A. T. (2011). *The Dentsu Way*. NewYork: McGraw-Hill.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Canada: John Wiley and Sons

Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Jurnal

Efelena, N. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perdana Telkomsflexi. *JIAB*. Vol. 1. No. 1.

Nurhayati. (2018). Strategi Promosi Desa Wisata Kampung Badud Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. *Ilmiah Administrasi Negara*, Vol 5, No. 4.

Permana, A. A. J. (2021). Media Promosi Untuk Membantu Promosi Desa Wisata. *Edutech Undiksha*, Vol. 9, No. 2.

Reza, F. A. (2013). Hubungan Antara Pembentukan Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Marchandise pada Remaja. *Character*, Vol. 1. No. 3.

Setiawan, N. A. (2014). Strategi Promosi Dalam pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, Vol. 13 No. 2.

Wirasari, I. (2019). Perancangan Promosi Clothing Brand Cotton Button. *EProceedings of Art & Design*, Vol. 6. No. 2.

Internet

bantenprov. (2022). Riwayat Berdirinya Kota Tangerang. <https://biropemkesra.bantenprov.go.id/profil-kota-tangerang>.

digitaldesa. (2020). Apa Itu Desa Wisata? <https://digitaldesa.id/artikel/apa-itu-desa-wisata>.

Kemendikbud. (2022). Data Pokok Pendidikan. <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/286100>

Kemenparekraf. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-707-Peraturan%20Menteri.html>

Priyandana, A. (2014). Keller dalam Points-of-Parity dan Points-ofDifference. AJIE. <https://gintong.me/2014/06/20/keller-dalam-points-of-parity-dan-points-of-difference/>

Sumber Lain

Ihsan, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BRI. JIAB. Syariah KC Banjarmasin. <https://idr.uin-antasari.ac.id/14591/>

Supriono. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang. <https://eprints.uny.ac.id/39088/>