

## DAFTAR PUSTAKA

- Almahi, R. R., Nurusholih, S., Yelly, D., Barlian, A., & Komunikasi, D. (t.t.). *Perancangan Strategi Branding Pasca Pandemi Destinasi Wisata Alam Capolaga*.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Buku Statistik Pariwisata Bali Tahun 2019 – Bali Government Tourism Office*. (t.t.). Diambil 20 Agustus 2023, dari <https://disparda.baliprov.go.id/buku-statistik-pariwisata-bali-tahun-2019/>
- Cooper, P. E., & Cooper, M. (2010). *Volcano and Geothermal Tourism*. Earthscan.
- Fatina, F. N., Nurusholih, S., Yelly, D., & Barlian, A. (t.t.). *perancangan strategi branding wisata kampung istal bogor sebagai tempat wisata edukasi*.
- Hawkins, D. I. , dan M. D. L. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Mc Graw Hill Education.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, & Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran (Jilid Kedua)*. Erlangga.
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Edu Publisher.
- Kusrianto, A. (2013). *Pengantar Tipografi*. Elex Media Komputindo.
- Lalitamanik, R., Prihatini, A. E., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Activity, Interest, Opinion (Aio) Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film Di Bioskop E-Plaza Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(3), 11–21. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2014.5645>
- Liembawati, Y., Dharmayanti, D., Dan Ritzky, M. S., & Brahmana, K. M. R. (2014). Analisa Pengaruh Brand Activation Terhadap Pembentukan Brand Community Pada Pt Ism Bogasari Flour Mills. Dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Nomor 1). [www.bogasari.com](http://www.bogasari.com)
- Lodra, N. I. (2015). *Dibalik Kain Tenun Gringsing*. Parmita.
- Morrisan, M. A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenandamedia Group.

- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (revisi). Remaja Rosdakarya.
- Neumeier, M. (2006). *Marty Neumeier - The Brand Gap-Pearson Education* (2006).
- Nurusholih, S. (2019). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 4(2), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Rustan, S. (2014). *Font & Tipografi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Slade-Brooking, C. (2016). *Creating a Brand Identity: A Guide for Designers*. Laurence King.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi penelitian desain komunikasi visual*. PT KANISIUS.
- Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Ariprahara, G. (t.t.). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. Dalam *VISUALITA* (Vol. 4, Nomor 1). <http://visualita.unikom.ac.id/>
- Sudarma, I. K. (2014). *Fotografi*. Graha Ilmu.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (t.t.). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Supriyati. (2011). *Metodologi Penelitian*. Labkat Press.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *Emarketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit ANDI.
- Wheeler, A. (t.t.). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*.