

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi.
- Adler, B., Lo, M., Seemann, T., & Murray, G. L. (2011). Pathogenesis of leptospirosis: The influence of genomics. *Veterinary Microbiology*, 153(1–2), 73–81. <https://doi.org/10.1016/j.vetmic.2011.02.055>
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya.
- Ariprahara. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia Vol. 08 No. 04*, 95.
- Ariprahara. (2022). Pengaruh *Brand Sponsor* Terhadap *Brand Awareness* Di Institusi Pendidikan Pada Media Cat Lantai. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia Vol. 07 No. 01*, 470.
- Baharuddin, H., & Wahyuni, E. N. (2015). Teori Belajar dan Pembelajaran. Yogyakarta: Ar-Riz Media.
- Budi Haswati, S. M., Safari, E. A., & Harwinanto, A. P. 2021. Participatory Design Dalam Kajian Perancangan Standardisasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.2739>
- E. Sanyoto, Sadjiman (2010). Nirmana “Elemen-Elemen Seni Rupa dan Desain” Yogyakarta: Jalasutra.
- Gumelar, R. G. (2014). Layout majalah sebagai sebuah cerminan identitas pembaca studi kasus layout majalah Cosmopolitan dan Aneka Yes. *Komunikasi*, 2(3), 51
- Hjalager, A., & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomic*. London: Routledge.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.
- Madjukie, R 2018 ‘Pengaruh Promosi dan Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Zalora di Jakarta’ *JM*, Vol.11, no.2.
- M.Kurniawan, N. S. H. H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global*

- 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>
- Ottenbacher, M.C. and Harrington, R.J. (2013) A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany Implications for Strategy Making and Successful Implementation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 37, 3-28. <https://doi.org/10.1177/1096348011413593>
- Prasetio, R., Laturette, K. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS CHEPITO TOUR & TRAVEL. *Jurnal Manajemen*, 336.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.
- Siahaan, H. D., Dra, A., & Lili, Y. (2016). *PENGARUH TINGKAT BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VICTORIA'S SECRET (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung)*.
- Sitorus,. Utami. (2017) Strategi Promosi Pemasaran .Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA,
- Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim. (2011). *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- Sukendro, G. G., & Pandrianto, N. (2019). Diagnosa Komunikasi Brand Activation Dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 92–107. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i1.4287>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). Pelanggan Puas? Tak Cukup! Plus: contoh spesifik riset kepuasan dan ketidak puasan pelanggan, strategi mewujudkan kepuasan pelanggan. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Trisliatanto, Dimas Agung. (2020). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yusuf, F. (2016). Optimalisasi program branding dan aktivasi merek di era digital. *Jurnal Komunikasi*, 7 (1), 7-13