

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham H. Maslow. (2013). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT PBP.
- Ajiwibawani, M. P. (2015). *Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen D'Goda Coffee Pazkul Sidoarjo)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Alfiani, A. (2021). *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing pada Objek Wisata Air Terjun Pengantin Dusun Besek, Desa Hargomulyo Kabupaten Ngawi* (Doctoral Dissertation, IAIN Ponorogo).
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). *Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual*. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 1-14.
- Arifin dan Kusrianto. (2009). *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Brilliantia, N., & Fathah, A. H. A. (2022). *Promosi Digital Wisata Kuliner Peneleh Melalui Pendekatan AISAS dan Word-Of-Mouth*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 102-116.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1996). *Tourism Principle & Practice*. London: Longman Group Limited.
- Dinas Arsip dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Sumedang. *Ubi Cilembu*. Diakses di <https://sisemar.sumedangkab.go.id/Front/artikeldetail/ubi-cilembu>
- Djamasbi, S. (2014). *Eye Tracking and Web Experience*. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*, 6(2), 37-54.
- Djuwendah, dkk. (2018). *Kajian Potensi Ekowisata dalam Menunjang Pengembangan Wilayah pada Sub Das Cikandung dan Kawasan Gunung Tampomas Kabupaten Sumedang*. Unpad: *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(1), 3.
- DPR RI. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Elisabeth, N., Yulika, F., & Waspada, A. E. B. (2018). *Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat tentang Pelecehan Seksual pada Anak di Kota Medan*. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 188-195.

- Farid, R. (2017). *Kajian Strategi Branding Clothing UNKL347*. Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia, 8(1), 59-81.
- Hasian, I., & Putri, I. (2021). *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*. Magenta Official Journal STMK Trisakti, 5(1), 726-739.
- Hazeri, G., Hartono, D., & Cahyadinata, I. (2016). *Studi Kesesuaian Pantai Laguna Desa Merpas Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur Sebagai Daerah Pengembangan Pariwisata dan Konservasi*. Jurnal Enggano, 1(1), 33-41.
- Hermawati, P. R. (2020). *Komponen Kepariwisataaan dan Pengembangan Community Bsed Tourism di Desa Wisata Nglanggeran*. Jurnal Pariwisata, 7(1), 31-43.
- Huda, M. (2017). *Pengaruh Merchandising dan Promotion Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Toko Basmalah Sidogiri*. JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering), 4(3).
- Isdarmanto (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisataaan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STIPrAm Yogyakarta.
- Ilhamsyah. 2020. *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Ditigal*. Yogyakarta: Andi
- Junaidi, J. (2019). *Peran Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Mengajar*. Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan, 3(1), 45-56.
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.
- Kasanah, N. (2021). *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- A, M. Luthfi Khair & Rusydan Fathy. (2021). *Tahu Sejarah Tahu Sumedang*. Jakarta: LIPI Press.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Khotimah, K., Wilopo, W., & Dan Hakim, L. (2017). *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)*.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- KPSBU Lembang. *Sejarah Singkat KPSBU Lembang*. Diakses pada 6 September 2023 di <https://kpsbu.co.id/tentang-koperasi/>
- Lestari, S. P. (2016). *Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang)*. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(2).
- Muallimah, H. (2021). *Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual*. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(2), 1-10.
- Nisa, Zainiya Abidatun. Kompas. (2021). *Kadedemes, Kuliner Khas Sumedang dari Kulit Singkong, Zaman Dulu Jadi Makanan Mewah*. Diakses di <https://superapps.kompas.com/read/1795533/kadedemes-kuliner-khas-sumedang-dari-kulit-singkong-zaman-dulu-jadi-makanan-mewah>.
- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). *Analisis Komunikasi Pemasaran Go-pay Melalui Promosi Cashback*. *Prologia*, 4(2), 332-338.
- Nugraha, Aat Ruchiat, Susie Perbawasari, & Feliza Zubair (2017). *Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat)*, *Jurnal The Messenger*, 9(2).
- Nugroho, I. (2018). *Perencanaan Pembangunan Ekowisata dan Desa Wisata*. *Bappenas Working Papers*, 1(1), 98-103.
- Pemerintah Kota Jakarta. (2015). *Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 6 Tahun 2015 tentang Kepariwisataan*.
- Pramudita, R. (2018). *Pengaruh Strategi Promosi Below The Line Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Pratiwi, Swasti Dian dkk.,. (2015). *Pengaruh Dimensi Activity, Interest dan Opinion (AIO) Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Busana Muslim Shafira Di Samarinda*. *E- Prooceding of Applied Science: Vol. 1, No. 3: 1 586 – 1598*.

- Priyogo, A., & Raidi, I. S. (2015). *Taman Wisata Kuliner Nusantara di Salatiga* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- PT Agrinesia Raya. *Tentang Kami*. Diakses pada 6 September 2023 di <https://bolulembang.co.id/about-us/>
- Putri, Vanya K.M. (2021). *Bentuk Komunikasi Pemasaran serta Penjelasannya*. Diakses pada 20 Juni 2023 di <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/17/130000969/bentuk-komunikasi-pemasaran-serta-penjasannya?page=all#:~:text=KOMPAS.com%20%20Bentuk%20komunikasi%20pemasaran,produk%20atau%20jasa%20k%20epada%20konsumen.>
- Ramadhona, Indah. (2022). *Menganalisis Pasar dan Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/z7s62>
- Riyadli, H., Arliyana, A., & Saputra, F. E. (2020). *Rancang Bangun Sistem Informasi Keuangan Berbasis WEB*. *Jurnal Sains Komputer Dan Teknologi Informasi*, 3(1), 98-103.
- Safira, G. L., Goenawan, F., & Monica, V. (2019). *Perilaku Konsumen dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment*. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2).
- Setyanti, Christina Andika. CNN Indonesia. *Selain Tahu, Sumedang Juga Punya Soto Bongko*. Diakses di <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170320140619-262-201438/selain-tahu-sumedang-juga-punya-soto-bongko>.
- Sarastuti, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Soebagio, (2012). *Model-Model Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Simanjuntak, J. (2023). *Perancangan Design User Interface Website Siresti pada PT. Restu Resti Menggunakan Metode User Centered Design* (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sugiyama, Kotaro & Tim Andree. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. United States: Dentsu Inc.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). *Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*

- Pada Produk Smartphone Samsung di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(3), 919-928.
- Susanto, D. R., & Kiswantoro, A. (2020). *Strategi Pengelolaan Wisata Susur Sungai Mahakam Berbasis Ekowisata di Samarinda*. Journal of Tourism and Economic, 3(1), 1-10.
- Suwandi, F. (2015). *LKP: Pengaplikasian Teknik Fotografi dalam Desain Brosur Cekrak-Cekrik Wedding Organizer* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Suwena, I Ketut. (2010). *Format Pariwisata Masa Depan dalam Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global*. Denpasar: Penerbit Udayana University Press.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). *Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1).
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). *Fungsi Promosi dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado*. ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 4(5).
- Vina, A. M. D. (2019). *Pengelolaan Gua Maria Sendang Marganingsih Sebagai Wisata Rohani di Klaten, Jawa Tengah* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta (STIPRAM)).
- W. Moriarty S, M. N. (2009). *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia
- Wear, N. H., & Stellarosa, Y. (2022). *Peran Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Membangun Citra Destinasi Pariwisata Maluku Tenggara*. Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 5(2), 139-145.
- Wijaya, D. R. (2021). *Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Barokah Mangunsuman, Siman, Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- World Tourism Organization UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO.
- Yusnita, M. (2020). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Alprin.
- Zahir, A. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran Live Streaming Pengetahuan Komputer Berbasis Website*. d'ComPutarE: Jurnal Ilmiah Information Technology, 9(2), 1-7.