

DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2022, Maret 1). *Consumer Insight: Pengertian, Cara Mengoptimalkan, dan Kariernya*. <https://glints.com/id/lowongan/consumer-insight/>
- Alif, M. Z., & Shidiq, M. (2024). EKSPLORASI POTENSI KERAJINAN GOLEK DI DESA TARUMAJAYA DENGAN MEMANFAATKAN SEJARAH DAN KEARIFAN LOKAL. *Prosiding ISBI Bandung*.
- Ambrose, Gavin., & Harris, P. (2011). *Layout*. Ava Pub. SA.
- Asiani, F. (2020). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Anak Hebat Indonesia.
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective 4e*. Jillian Gibbs and Matthew Coxhill. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/163787/slug/advertising-an-integrated-marketing-communication-perspective-4e.html>
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 43(4), 328–338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>
- Click Worker. (t.t.). *Brand Communication*. Click Worker. Diambil 13 April 2024, dari <https://www.clickworker.com/content-marketing-glossary/brand-communication/>
- Cohen, H. (2011, Agustus 8). *30 Branding Definitions*. <https://heidicohen.com/30-branding-definitions/>
- Dameria, A. (2007). *Color Basic: Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Link Match Graphic.
- Albertina S. E, Maharani Budi, S., Gusti, A., & Lazuardini, D. (2020). PERANCANGAN KONTEN DIGITAL PROMOSI MUSEUM SULTAN MAHMUD BADARUDDIN II PALEMBANG DALAM ERA NEW NORMAL. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 7(1), 39–47. <https://doi.org/10.34013/barista.v7i1.186>
- Fiolenza. (2022). *Traveloka: Perjalanan Perusahaan Unicorn Indonesia*. <https://www.scribd.com/document/590015823/About-Traveloka>

- Frasa Agency. (t.t.). *Drive Your Customer Journey With AISAS - Frasa*. Diambil 23 Mei 2024, dari <https://frasa-agency.com/drive-your-customer-journey-with-aisas/>
- Gelder, S. Van. (2005). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Markets*. Kogan Page.
- Hembree, R. (2006). *The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics and Visual Communication*. Rockport.
- Hendriyani, I. G. A. D. (2023, Januari 24). Siaran Pers: Kemenparekraf Gandeng Traveloka Kembangkan Sektor Parekraf. *Kemenparekraf/Baparekraf RI*. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-gandeng-traveloka-kembangkan-sektor-parekraf>
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). PROSES DESTINATION BRANDING DALAM MEMBENTUK CITRA TUJUAN WISATA MUSEUM INDONESIA. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 9(2). <https://doi.org/10.34010/JIPSI.V9I2.2466>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital* (D. Arum, Ed.; 1 ed.). ANDI.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kemenko Bidang Perekonomian. (2021, Desember 8). *Pembangunan Kepariwisataaan Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataaan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi>
- Kemenparekraf. (2024). *Peta Sebaran - Jejaring Desa Wisata*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/sebaran>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (2 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 2). Erlangga.
- Kusrianto, A. (2006). *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (R. W. Rosari, Ed.). ANDI.

- Lee, M., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana.
- Lionar, E., Duadji, N., & Yulianti, D. (2020). Membangun Partnership Pengelolaan Layanan Informasi Publik (Studi Kerja Sama Dinas Kominfo Provinsi Lampung dan Perum LKBN Antara). *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan dan Pelayanan Publik*, 2(1), 113–128. <https://doi.org/10.23960/administrativa.v2i1.28>
- Michelle, Wahyudi, O. B., & Goenawan, F. (2021). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Kollabora. *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA*, 9(2). <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/11540/10146&ved=2ahUKEwi0kfbj2OWGAXU04zgGHYitCXkQFnoECBIQAQ&usg=AOvVaw0RP9kE6ecf5tUuqrHFinH3>
- Moleong, L. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising: Principles & Practice*. Pearson Education.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (Fourteenth Edition). McGraw-Hill.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Bumi Aksara.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No 11 Tahun 2022 (2022). <https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/permenparekraf/2022/permenparekraf-no.-11-tahun-2022.pdf>
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2020 (2020). <https://jdih.maritim.go.id/permenparekraf-no-12-tahun-2020>

- Pillai, J. (2013). *Cultural Mapping: A Guide to Understanding Place, Community and Continuity*. Strategic Information and Research Development Centre.
- Priyadma, R. H. (2020, Maret 13). *Mendesain Lebih Baik dengan Metode C.R.A.P.* Medium. <https://medium.com/belajar-desain/mendesain-lebih-baik-dengan-metode-c-r-a-p-e7d971db311d>
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. ANDI.
- Redaksi OCBC NISP. (2023, September 26). *Riset Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tahapan, dan Tujuan*. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/05/10/riset-pemasaran>
- Sasana Digital. (2023a). *Apa Itu Brand Communication? Strategi Ampuh Buat Bisnis Maju*. <https://sasanadigital.com/brand-communication-adalah/>
- Sasana Digital. (2023b, Oktober 6). *Customer Journey: Pengertian, Fase, serta 5 Proses Utamanya*. <https://sasanadigital.com/pengertian-customer-journey-adalah/>
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Kanisius.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1 ed.). Rajawali Pers.
- Syafrizal Widyatma, M., Wiba Pamela, A., & Aulia, R. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DESA TENUN PRINGGASELA SEBAGAI DESTINASI WISATA BUDAYA UNGGULAN DI LOMBOK TIMUR* (Vol. 10, Nomor 6).
- Titisari, E. Y., Yusran, Y. A., & Wulandari, L. D. (2023). Strengthening place identity through cultural mapping, Case study: Madura Pendalungan Kampong in Baran-Buring, Malang. *ARTEKS : Jurnal Teknik Arsitektur*, 8(1), 95–104. <https://doi.org/10.30822/arteks.v8i1.1917>
- Traveloka. (2024). *Treveloka: About Us*. <https://www.traveloka.com/id-id/about-us>
- Vedhitya, M. (2023, September 20). *Brand Communication, Strategi dalam Memperkuat Citra Merek*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/brand-communication-strategi-dalam-memperkuat-citra-merek/>
- Wahdini, A., & Setyobudi, W. T. (2022). *GELIAT ORANG TUA SISWA SEKOLAH INTERNASIONAL: ANALISIS CONSUMER DECISION*

MAKING PROCESS SEKOLAH INTERNASIONAL DI BEKASI. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 2(2).
https://www.researchgate.net/publication/366000959_Geliat_Orang_Tua_Siswa_Sekolah_Internasional_Analisis_Consumer_Decision_Making_Process_Sekolah_Internasional_di_Bekasi

Wahyudi, A. T., Abdurachman, U., Situbondo, S., Praja, Y., & Hamdun, E. K. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE ALL IN ONE DI PANARUKAN. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*.
<http://repository.unars.ac.id/id/eprint/1239/1/Jurnal%20Agus%20Tri%20Wahyudi.pdf>

Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., Esti, H., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *PEDOMAN DESA WISATA* (2 ed.). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://jadesta.kememparekraf.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf&ved=2ahUKEwi458T-8L6FAxVXxzgGHayUDacQFnoECBQQAQ&usg=AOvVaw3MzJldMSBGPvFL_xnh4pZt