

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2011). *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. Boston: Jossey-Bass
- Ainun,N. Wahida,A. Maming, Rian. (2023) *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM*.675
- Aditama, Refika. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*.
- Ali Hasan, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta
- Anggraini S, Lia., & Nathalia, Kirana. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasardasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuasa.
- Arif, Rahman, et. al. 2018. *Pengembangan Aplikasi Pembelajaran TIK Berbasis*
- Brown, Blain (2012). *Cinematography Theory and Practice: Image Making for Cinematographers, Director, and Videographers*. second edition. Oxford: Focal Press
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*. John Wiley & Sons.
- Ilhamsyah. 2021. *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: ANDI.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Kotler, P., Armstrong, G., et al. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson. 2013. *Principles Of Marketing*. Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1& 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, Phillip., Hermawan K & Iwan S (2019), *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*, Edisi 1, Jakarta : Penerbit PT Gramedia

- Krasner, Jon. 2008. *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. Penerbit Focal Press.
- Laksana. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Khalifat Mediatama 2019
- Laksana, M. F. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasara*. CV Al Fath Zumar.
- Liembawati, D. A., et al. (2014). Strategi Brand Activation dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 124-132
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Butterworth-Heinemann.
- Nafila, Oktaniza 2013. *Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang*
- Octaviani, S.,Barlian,Y,A., Syafikarani, A. (2023) Perancangan strategi promosi untuk mymo baso ceke di kota cimahi. 3354
- Hidayah,Nurdin (2019) *Pemasaran destinasi wisata*. Bandung: Alfabeta
- Ramadhani, H, M.,Syafikarani, A. & Ningrum, N, N. (2023). Perancangan Promosi Produk Diasweet Fiberwafer. 10425
- Syahbani, Z., Nurbani, S., & Lawe, I. G. A. R. (2023). Perancangan Strategi Promosi Aquajaya. 3028.
- Sudarma, I. K. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiama, A Gima. (2014). *Manajemen Aset Pariwisata*, Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sumiati, Rosita., Nadiyah, Hirfiyana., & Yulianti, Ida. (2016). *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang. Indonesia : UB Press
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Tymorek, S. (2010). *Advertising and public relation*. USA: Ferguson
- Putri, R, D, L., Widyasari. (2023) Pengembangan Konsep Desain Identitas Visual Melalui Pembangunan Supergrafis pada Media Sosial Diskominfo. 322-340
- Kusuma,Paku., Dharsono., Marianto,Dwi., Guntur. (2020) *Maskot Kota Yogyakarta*. 250-255

Ismiati, Cici. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Online Public Access Catalog (OPAC). Sistem Informasi. November 2021

#### WEBSITE

Upacara Adat di Jawa Barat beserta arti dan Prosesinya. (2022, August 23).

<https://www.detik.com/jabar/budaya/d-6248713/5-upacara-adat-di-jawa-barat-beserta-arti-dan-prosesinya>

Badan Pusat Statistik. (2022). Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Provinsi 2022.

[https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_public/b/bEVXU252SU9hTjBxWEU3Z2NpS1ZPQT09/da\\_02/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_public/b/bEVXU252SU9hTjBxWEU3Z2NpS1ZPQT09/da_02/1).

Desa Wisata Lamajang. (2023). <https://www.desawisatalamajang.com>

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung. (2022, March 14).

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=306218208305753&set=a.191767839750791>

Jadesta Provinsi Jawa Barat. (n.d.). Retrieved December 1, 2023, from

<https://jabar.jadesta.com/>.

Kemenparekraf. (2023, April 27). SIARAN PERS : Menparekraf: Peningkatan

Inklusi Keuangan Desa Wisata Perkuat Kebangkitan Pariwisata.

Logo Desa Wisata Lamajang. (2022). <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/login>

Syifa Mutiara, 2021. “PENGARUH ATRAKSI, AMENITAS, AKSESIBILITAS, DAN ANSILARI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA TAMAN TEBING BREKSI KABUPATEN SLEMA”

<http://repository.ampta.ac.id/1660/1/Mutiara%20Syifa%2C%20HALAMAN%20JUDUL%20-%20BAB%20I.pdf> . Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Repository Universitas BSI, 2018. “Landasan Teori Pengertian Promosi”

[https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/243964/FILE\\_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/243964/FILE_10-BAB-II-LANDASAN-TEORI.PDF)

Kampus Kwik Kian Gie, 2020. “Landasan Teori Iklan

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4424/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUSTAKA.pdf>

- Lindasari, 2015. “Landasan Teori Destinasi Wisata  
<http://eprints.umpo.ac.id/7152/4/BAB%20II.pdf>
- Fitri Shalva, 2016. “Landasan Teori tentang Target Audiens”  
<http://repository.unpas.ac.id/61111/3/TA%20Shalza%20Fitri%20BAB%202.pdf> . Repository Universitas Pasundan
- Repository UMY, 2020. “Landasan Teori Pemasaran”  
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/25708/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>