

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2001). *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Aryani dkk. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Damiati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Jaiz, M. (2021). *Dasar-dasar Periklanan Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media.
- Ferinia, R., dkk. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Jakarta: PT Buku Seru
- Hendratman, H. (2023). *Desain grafis Praktis*. Bandung: Penerbit Informatika.
- Iba, Z., Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2019). *Strategi kreatif dalam periklanan: konsep pesan, media branding*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kusumuwati, Y. A. (2018). *Legibility dalam Tipografi*. Diambil dari <https://binus.ac.id/malang/2018/12/legibility-dalam-tipografi/>

- Kusumuwati, Y. A. (2018). *Readability dalam Tipografi*. Diambil dari <https://binus.ac.id/malang/2018/12/readability-dalam-tipografi/>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Musman, A. (2021). *Copywriting Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Yogyakarta: Quadrant
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- Pratiwi, F. S. (2023). *Data Jumlah Desa/Kelurahan di Indonesia Menurut Provinsi pada 2023*. Diambil dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah-desakelurahan-di-indonesia-menurut-provinsi-pada-2023>.
- Purwanggono, D. (2009). *Konsep Desa Wisata*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(2), 13–20. Diambil dari <https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/55>.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, D. E., dkk. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People*. Jakarta: Esensi.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organization*. United States: Penguin Press.
- Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage.

- Simbolon, F. P. (2017). *Brand activation: Pengertian, Manfaat dan Contohnya*. Diambil dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/03/brand-activation-pengertian-manfaat-dan-contohnya/>.
- Sitorus, S. A., dkk. (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Soewardikoen, D.W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Sugiyama, K., Andree, T. (2011). *The Dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill.
- Sutrisno, E. (2023). *Ayo Jelajahi Desa Wisata Peraih Rekor MURI*. Diambil dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7504/ayojelajahi-desawisata-peraih-rekor-muri?lang=1>.
- Tinarkubo, S. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Jakarta: PT Buku Seru
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tymorek, S. (2010). *Advertising and public relation*. United States: Ferguson.
- Williams, R. (2008). *The non-designer's Design & Type Books: Design and typographic principles for the visual novice*. United States: Peachpit Press.