

Daftar Pustaka

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2 October), 189-201.
- Alhamdi, R. (2024). *Ramai! 7,7 Juta Wisatawan Main ke Kota Bandung Sepanjang 2023*. Retrieved from detik travel: <https://travel.detik.com>
- Annas Marzuki Sulaiman, d. (2023). *Dasar dan Penerapan Tipografi*. Kab Solok: Mitra Cendikia Media.
- Anubhav Mishra, T. S. (2023). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing*. London: Taylor & Francis.
- Basofi. (2020). *Hasil Survei di Amerika inilah Warna kesukaan Generasi Milenial 2019*. Retrieved from Milenial Pedia: <https://www.milenialpedia.com>
- 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.
- Dr. Asrul Huda, S. M. (2019). *Cara Mudah Belajar Desain Grafis (Corel Draw, Photoshop Dan Sablon Digital)*. Padang: UNP Press.
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Eryc, E. (2022). *Systematic literature review of critical success factors in online advertising. Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 5(2), 551-561.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Fachmy Casofa, A. I. (2022). *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis* (p. 32). Jakarta: Bumi Aksara.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). *perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpfe, 8.
- Hereyah, Y. (2019). Proses Destination Branding dalam Membentuk Citra. *Jurnal ilmu politik dan komunikasi*, 19.
- Hilmi, M. (2022). *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Huda, A. M., Wirasari, I., & Nurbani, S. (2019). Perancangan Promosi Samsung Galaxy A6. *eProceedings of Art & Design*, 6(2)
- Husein, B. A., & Santoso, A. B. (2023). Pengaruh Pandemic Covid-19 Terhadap Jumlah Wisatawan Ditinjau dari 4A (Attraction, Accesbilitas, Amenitas,

- Anchilary) Studi Kasus Masyarakat Pulau Harapan. *Jurnal Manajemen & Pendidikan [JUMANDIK]*, 1(3), 219-226.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., ... & Triwardhani, D. (2021). Perilaku konsumen.
- Iwu Iyansyah, M., Sari, S., Shaddiq, S., & Zainul, Z. (2021). Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran dalam Melaksanakan Etika dan Standar Periklanan.
- I Made Marthana Yusa. (2023). BUKU AJAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV). (n.p.): PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Julietta, M. A., Koswara, I., & Sunarya, Y. D. R. (2023). STRATEGI EVENT MARKETING ALLO BANK DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA ALLO BANK (STUDI KASUS PADA EVENT ALLO BANK FESTIVAL). *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(2), 32-46.
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.
- Latifah, F., Nurusholih, S., & Berlian, Y. A. (2019). Perancangan Promosi Program Tematik Hutan Mangrove Muara Tawar Bekasi. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Lopez. (2016). *Online Brand Communities*. London: Springer Intenational Publishing.
- Luturlean, B. S., & Se, M. M. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Humaniora.
- Madiyant, M. (2021). *Copywriting: Retorika iklan dan storytelling teori dan teknik menulis naskah iklan*. UGM PRESS.
- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Yogyakarta: Dwi-Quantum.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*.
- Muthmainnah, L., & Yusup, N. R. (2023). Perancangan Strategi Kreatif Konten Visual Sosial Media Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung.
- Nugroho, F. (2022). Pelatihan Penggunaan Copywriting bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), 62-68.

- Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan Pernikahan Kelas Menengah untuk Pendidikan Seni dan Desain. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 21(3), 46-57.
- Pradana, Y. N. M., & Sukaris, S. (2022). Analisis Kualitas Media Promosi Terhadap Perkembangan Produk Tabungan Kotak Di Perumda BPR Bank Gresik. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 167-175.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press
- Pratama, A. D., & Nisa, D. A. (2023). PERANCANGAN MERCHANDISE UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN MEDIA PENDUKUNG THRIFT SECOND. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(3), 1-10.
- Priyadi, H. (2024) Sempat Jadi Kota Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan, Kota Bandung Targetkan Destinasi Baru. Retrieved from *Jabar Express*: <https://jabarekspres.com>
- Putra, E. M., & Asnan, M. (2022). Implementasi Tahapan Destination Branding Malang Beach Festival 2019. *Communicator Sphere*, 2(2), 55-68.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata adalah pisau bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1469-1474.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 42-51.
- Rizaty, M. A. (2022, Juni 13). *10 Provinsi dengan Pekerja di Objek Wisata Komersial Terbanyak Nasional*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/10-provinsi-dengan-pekerja-di-objek-wisata-komersial-terbanyak-nasional](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/10-provinsi-dengan-pekerja-di-objek-wisata-komersial-terbanyak-nasional)
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. (n.d.). (n.p.): Gramedia Pustaka Utama.

- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. *Wati, AP et al.(2020). Digital Marketing. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019) Imprint PT. Literindo Berkah Karya.*
- Sulaiman A.M. (2023). TIPOGRAFI: DASAR DAN PENERAPANYA. (2023). (n.p.): MITRA CENDEKIA.
- Suyanto, M. (2004). Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan. (n.d.). (n.p.): Penerbit Andi.
- Syarifah Fadillah Rezky, A. S. (2022). BUKU AJAR DESAIN GRAFIS . Deli Serdang: Cattleya Darmaya Fortuna.
- Thejahanjaya, D., & Yulianto, Y. H. (2022). Penerapan psikologi warna dalam color grading untuk menyampaikan tujuan dibalik foto. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, 9.
- Tjandra, S. J. (2022). Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis. *publication.petra.ac.id*.
- Wibawa, R. A., Alam, S., & Muthmainnah, L. (2023). PERANCANGAN PROMOSI PERUSAHAAN OTOBUS PELITA BARU PRIMA (PEBEPE). *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan strategi pemasaran menggunakan analisis swot dan qspm dalam upaya peningkatan penjualan t primavista solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384-397.
- Wisnu, D. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Terhadap Citra Merek*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Xue, L. L., Shen, C. C., Morrison, A. M., & Kuo, L. W. (2021). Online tourist behavior of the net generation: An empirical analysis in Taiwan based on the AISAS model. *Sustainability*, 13(5), 2781.