

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianto, R., Sitanggang, F. A., Alfathoni, M. A., . . . Rosita, Y. D. (2021). *Dasar Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyaroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Quran Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 66-77.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Aprilly, H., Waluyanto, H. D., & Zacky, A. (2020). daptasi dari Cerita Rakyat Maluku Untuk Remaja. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1-10.
- Atkinson, S., Fuller, S., & Painter, J. (2016). *Wellbeing and Place*. Routledge.
- Azizah, P. N., & Wiwitan, T. (2021). Strategi Branding Activation dalam Meningkatkan Corporate Branding di Garis Temu. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 417.
- Azzuri, G. A., Prahara, G. A., & Muthmainnah, L. (2023). Strategi Promosi Produk UMKM Keripik Sanjai Nitta Bukittinggi. *e-Proceeding of Art & Design*, 12140.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Statistik Wisatawan Nusantara 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Cipta, H., & Hatamar, H. (2020). *Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia*. Bangka Belitung: IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. (2023). *Buku Pariwisata dan Budaya Dalam Angka Tahun 2023*. Jawa Barat.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Wisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.

- Endrika, R. P. (2022, July 20). Pengaruh Informative Advertisement dan Humot advertisement Terhadap Viral Intention dan Attitude Toward Advertising Serta Implikasinya Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention: Telaah Pada Iklan Hair Mask Pantene di Youtube. *Pengaruh Informative Advertisement dan Humot advertisement Terhadap Viral Intention dan Attitude Toward Advertising Serta Implikasinya Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention: Telaah Pada Iklan Hair Mask Pantene di Youtube*. Tangerang, Indonesia: Universitas Multimedia Nusantara.
- Farid, A. Z., Pramana, I. B., & Octaviano, A. L. (2023). Operasional Photobooth di Anitaphoto Bali. *Retina Jurnal Fotografi*, 97-105.
- Haniifah, R. A., & Wirasari, I. (2023). Penerapan Model AISAS Pada Iklan Focus Nusantara di Media Instagram. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 91.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Ppromosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 95-105.
- Idayanti. (2015). *Panduan lengkap dasar-dasar membuat ilustrasi desain pola*. Yogyakarta: Araska Publisher.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Penerbit Andi.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi Wisata dan Promosi Wisata*. Jakarta: Gramedia.
- Kasali, R. (2000). *"Membidik Pasar Indonesia" segmenting, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia.
- Kasno. (2021, June 05). Pengaruh Advertising, Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada LJ Hooker Grand Batam. *Pengaruh Advertising, Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada LJ Hooker Grand Batam*. Batam, Indonesia: Universitas Putera Batam.

- Kertamukti, R. (2017). *Strategi Kreatif salam Periklanan: Konsep, pesan, media, branding, anggaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kurnia, D. I., & Dhayugantara, R. L. (2022). Perancangan fotografi Konseptual tentang Filosofi Stoikisisme Sebagai Media Kampanye Pencegah Kecemasan Berlebih Pada Remaja di Kawasan Kota Tangerang. *Warnarupa*, 37-57.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lutur, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Efektivitas Promosi Pada Destinasi Wisata Terhadap Action Wisatawan dengan Melihat Gender Sebagai Variabel Moderasi dengan Menggunakan Model AISAS. *Proceedings 6th NCAB*, 196-204.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Marsono, M. (2019). Paradigma Historis Backpacking Travel Sebagai Perjalanan Wisata. *Jurnal PARIwisata Terapan*, 34-54.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukalafitri, B., & Djamal, M. F. (2023). Pengaruh Brand Activation CGV Cinemas Melalui Instagram Terhadap Loyalitas Penonton Bioskop di Masa Pandemi. *Inter Script: Journal of Creative Communivation*, 14-26.
- Nasution, S. E., Haswati, S. M., & Pamela, A. W. (2023). Perancangan Strategi Promosi Pastfuture sebagai Media Komunikasi Mengenai Kesehatan Mental. 3283.
- Nisaputra, R. (2022, December 14). *infobanknews.com*. Retrieved November 2023, from infobanknews.com: <https://infobanknews.com/survei-populix-96-masyarakat-indonesia-berlibur-akhir-tahun-di-dalam-negeri/>

- Novenia, A. I., & Salim, L. (2021). Apakah Lifestyle AIO, Perceived Udefulness dan Perceived Ease Mempengaruhi Intention to Use dari TIX ID? *Fokus Ekonomi*, 39.
- Nugroho, D. S. (2018). Pesona Desa Wisata Kasongan Di Kabupaten Bantul.
- Ong, F. V., & Hartanto, D. D. (2022). Analisis Penerapan Teori Model AISAS Pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022 BCA. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2.
- Perhutani*. (n.d.). Retrieved from Perhutani: <https://www.perhutani.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan/>
- Perhutani*. (2022, April 20). Retrieved from Perhutani: <https://www.perhutani.co.id/gunung-puntang-tempat-rekreasi-dan-edukasi/>
- Rahman, N. N., Utami, R. S., & Raden, A. Z. (2018). Analisis Tipografi pada Spanduk Pemasaran Perumahan. 250-257.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. (2019). Pengaruh Destination image dan Destination Branding terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur. *PROSIDING SENAMA*, 2.
- Rudjiono, D., & Saputro, H. (2020). Pengembangan Desain Website Sebagai Media Informas dan Promosi. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 56-66.
- Saadah, N. N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model AISAS Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1155.
- Sabarkah, A. R., Rachman, J. B., & Akim. (2020). Destinstion Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurna Kepariwisata*, 84-97.
- Samodra, F. P. (2022, November 29). *Liputan 6*. Retrieved from liputan6: <https://www.liputan6.com/hot/read/5139258/pt-epson-indonesia-anak-perusahaan-seiko-epson-corporation-asal-jepang?page=3>

- Sari, I., Budi, S. M., & Pamela, A. W. (2023). Perancangan Strategi Promosi Aplikasi Nyetakin Untuk Meningkatkan Pengguna Baru. *e-Prociding of Art & Design*, 3007.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 157-167.
- Soewardikoen, D. W. (2020). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sudirman, A. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliantini, D. A. (2020). *Media Promosi Produk Kerajinan Prakarya dan Kewirausahaan*.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *Emarketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.
- Utama, I. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Jogjakarta: CV ANDI OFFSET.