

## Daftar Pustaka

- Ningsih, B. 2020. "Hermawan Kerta Jaya Minta Pelaku Pariwisata Surviving dan Preparing", <https://venuemagz.com/feature/hermawan-kertajaya-mintapelaku-pariwisata-surviving-dan-preparing/>, diakses tanggal 29 Agustus 2021.
- Muzellec, L. & Lambkin, M. (2006). "Corporate rebranding: destroying, transferring or creating brand equity?". *European Journal of Marketing* Vol. 40 No. 7/8, pp. 803-824.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)* (Edisi 13). USA: Pearson Prentice Hall.
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.
- Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity*. USA: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- John Murphy & Michael Rowe. (1993). *How to Design Trademarks and Logos*. Cincinnati, Ohio: North Light Books.
- Setio Bambang, P., & Muhammad Ricky, W. (2019). *Perancangan Komunikasi Visual Sebagai Sarana Media Promosi Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang* (Doctoral dissertation, Politeknik PalComTech).
- Freddy Rangkuti (2009). "Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication". [Http://www.google.com](http://www.google.com), Diakses 21 Desember 2011.
- Musliadi. 2012 Pengertian Promosi [Online]. Tersedia <https://musliadipnl.wordpress.com/2012/04/25/pengertian-promosi/pada tanggal, 2 desember 2022 pukul 18.20>
- Sugiyono (1997). *Statistika untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Hadjar, Ibnu (1996). *Dasar-dasar metodologi penelitian kuantitatif dalampendidikan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- ANNISA FAUZIAH, D., Syafwandi, M. S., & Dini Faisal, S. D. (2016). Perancangan Visual Branding Kota Padangsidimpuan. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1).
- Berthon, P., Pitt, L. F., & Watson, R. T. (1996). The World Wide Web as an advertising medium. *Journal of Advertising Research*, 36(1), 43–54.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan. *Ecopreneur*. 12, 4(2), 122–131.
- Kusrianto, A. (2009a). *Pengantar Desain Komunikasi Visual, Edisi Kedua*. Andi, Yogyakarta.
- Kusrianto, A. (2009b). *Pengantar Desain Komunikasi Visual, Edisi Kedua*. Andi, Yogyakarta.

- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). Corporate rebranding-an exploratory review. *Irish Marketing Review*, 16(2), 31–40.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Neumeier, M. (2003). *The brand gap: how to bridge the distance between business strategy and design: a whiteboard overview-Berkeley: AIGA & New Riders*. Pearson Education.
- Rahmawati, A., & Aulawi, H. (2020). Dampak Penerapan Segmentation, Targeting, Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 209–222.
- Rustan, S. (2008). *Layout dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Y. (2006). *Desain-desain komunikasi, komunikasi visual: visual terpadu*. Arte Intermedia.
- Supriyono, R. (2010). Desain komunikasi visual teori dan aplikasi. *Yogyakarta: Andi*, 13.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2019). *Branding & brand longevity di Indonesia*.
- Van Gelder, S. (2008). An introduction to city branding. *Placebrands Ltd, Available at <Http://Www. Placebrands. Net/Reading/Reading. Html>, Accessed On, 1(04), 2012*.
- Zaidiyah, N. H., & Murtini, S. (2018). INVENTARISASI WISATA EDUKASI GONDANG OUTBOND (WEGO) UNTUK BELAJAR FLORA FAUNA PADA TINGKAT SD DAN SMP. *Volume. 5 Nomer, 6*.