

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Anaging Brand Equity*. New York: THE TREE PRESS
- Abednego, Adiluhung. C. (2018). *Visual Identity Vs Brand Identity*. Binus University.
- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Anggraini, Nia, Dkk. (2020). *Marketing Tourism Service*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia. Diambil 15 Januari 2022, Dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/sosial-media-populer/>
- Apkasi. (2021). Pemenang Anugerah Desa Wisata Indonesia 202, Ini Daftar Lengkapnya. Diambil 14 Oktober 2022, Dari <https://apkasi.org/nasional/pemenang-anugerah-desa-wisata-indonesia-2021-ini-daftar-lengkapnya/>
- Aprilia, Putri. (2020). 7+ Media Sosial Populer Untuk Bisnis – Jangan Sampai Bisnis Go Down Saat Lockdown.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Dinas Pariwisata DIY. (2014). Kajian Pengembangan Desa Wisata di DIY. Laporan Akhir. DIY: Dinas Pariwisata DIY.
- Drajat, B.P. (2021). Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi, Pemulihan Pasar, Dan Kerja Sama Dengan Kawasan Amerika: Perlunya Konsolidasi Nasional. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Dulwahab, E. (2016). *Rebranding Dakwah di Media*. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 15(2), 299-316.
- Ibnu. (2021). Pentingnya Logo dalam Proses Branding Bisnis yang Sukses. <https://accurate.id/marketing-manajemen/logo-branding/>
- Indonesia, P. R. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. *Jakarta (ID): Sekretariat Negara*.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Erlangga, Jakarta.

- Karim, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan Versi “Axis Hits Bonus” Dan Brand Ambassador Terhadap *Brand Awareness* Kartu Axis (Studi Pada Mahasiswa Stie Amkop Makassar). *Movere Journal*, 1(1), 1-13.
- Keler, K.L. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Kemenparekraf. (2022). Desa Wisata Sanankerto Kab. Malang Jawa Timur. Diambil 8 Oktober 2022. Dari <https://www.youtube.com/watch?v=Kg-Aiy4s-Xa>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. Diambil 23 Oktober 2022, Dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi>
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education, Inc
- Listya, A. (2016). Bukan Sekedar Hiasan: Gaya Grafis Khas Sebagai Identitas Visual Korporat. *Jurnal Desain*, 3(02), 107-117.
- M. Mcdonald dan I. Dunbar, *Market Segmentation: How To Do It And How To Profit From It*, Vol. 111, No. 479. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd, 2012.
- Made, Dkk. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Kawistara*, 3(2), 133-134.
- Rustan, S. (2009). Mendesain Logo, PT. Gramedia, Jakarta.
- Said, A. A. (2015). Desain Logo. Makassar: Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi Membangun *Branding* Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.

- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa Dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22-26.
[Http://Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id/Article.Php?Article=1765617&Val=18861&Title=Wisata%20desa%20dan%20desa%20wisata](http://Download.Garuda.Kemdikbud.Go.Id/Article.Php?Article=1765617&Val=18861&Title=Wisata%20desa%20dan%20desa%20wisata)
- Susyanti, D.W. & Latianingsih, Nining. (2014). Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan. *Epigram*, 11(1), 65-70.
[Https://Jurnal.Pnj.Ac.Id/Index.Php/Epigram/Issue/View/39](https://Jurnal.Pnj.Ac.Id/Index.Php/Epigram/Issue/View/39)
- Thabroni, Gamal. (2019). Tipografi: Pengertian, Prinsip, & Penjelasan Lengkap. [Https://Serupa.Id/Tipografi/](https://Serupa.Id/Tipografi/) (Diakses Pada 15 Desember 2022)
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jdep (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 8-14.
- Wahyuningsih, Sri. (2015). Desain Komu Nikasi Visual. Universitas Trunojoyo Madura: Utm Press
- Wheeler, Alina. (2003). *Designing Brand Identity*, John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Wicaksono, Y. A. (2018). TA: Perancangan Destination Branding Desa Wisata Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness (Doctoral Dissertation, Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya).
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* Dan *Marketing Mix* Pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Widyanti, N. N. W. (2021). Boon Pring, Tempat Wisata Di Area Hutan Bambu Andalan Desa Wisata Sanankerto. Diambil 10 Oktober 2022, Dari [Https://Travel.Kompas.Com/Read/2021/10/16/172500327/Boon-Pring-Tempat-Wisata-Di-Area-Hutan-Bambu-Andalan-Desa-Wisata-Sanankerto](https://Travel.Kompas.Com/Read/2021/10/16/172500327/Boon-Pring-Tempat-Wisata-Di-Area-Hutan-Bambu-Andalan-Desa-Wisata-Sanankerto).
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1).
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia. *Bandung. Universitas Telkom*.