

DAFTAR PUSTAKA

- Abiemanyoe, S., & Depari, G. S. (2021). *Page+103-112. 1(2)*, 103–112.
- Agus, M., Santana, A., Imbayani, G. A., Made, I., Prayoga, S., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (2023). Pengaruh Potongan Harga, Social Media Marketing Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Di Karoseri Dirah Motor Bali. *Jurnal Emas*, 4, 1–16.
- Ardhanari, M., & Nugrohadhi, G. E. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada Umkm Produk Khas Olahan Hasil Laut Di Kelurahan Sukolilo Baru – Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31415>
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3(2), 2745–7257. <https://instantnoodles.org>
- Arsyanto, M. T., & Rahmawati, R. (2018). Analisis Pengaruh Positioning Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Civitas Akademika di Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kediri). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 101–116. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.64>
- Arum, D. S., Padmaningrum, D., & Winarno, J. (2022). Kajian Dimensi Community-based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Sumberbulu. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 46(1), 45. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v46i1.61416>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 6.*
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Hidayat, T. P. (2023). Peran Penting Palet Warna Dan Semiotika Dalam Interpretasi Poster Film. *Tuturrupe*, 5(1), 34–47. <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v5i1.10739>
- Ilham, S. M., Kamilah, A., Haniif, M., Rosyid, K., Hima, L. R., & Handayani, A. D. (2024). Pemberdayaan Kelompok Desa Wisata dalam Upaya Penguatan Payung Hukum Lembaga Desa Wisata Joho. *Sinkesjar*, 68–76.
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 Melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14383>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129.

<https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>

- Kumala, M., Soelistyo, A., & Nuraini, I. (2017). Analisis Potensi Sektor Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Di Wilayah Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1, 474–481.
- Kusumadinata, A. A., Adiba Salsabila, Ayu Widya Ningsih, Edgar Friyadi, Fenza Fadli Rachman, Moh. Syifaatul Karim, Muhammad Alfiansyah, Raden Fajriyani Ratna Puspita, Ryan Rustandi, Tb. Reihan Malik, & Wiji Nasrudin. (2022). Penyuluhan Pemanfaatan Sosial Media Instagram Membentuk Branding Usaha Mikro Kecil (UMK). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 149–156. <https://doi.org/10.59025/js.v1i3.29>
- Marta, R., & Hasfera, I. P. (2021). City Branding Berbasis Kearifan Lokal. *Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 1(2), 229–238.
- Mulyana, M. (2019). Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian. *Universitas Terbuka*, 23–29. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tcuj2/>
- PERDESAAN, D. J. P. D. D., & TRASMIGRASI, K. D. P. D. T. D. (2021). *PERUBAHAN KEEMPAT ATAS KEPUTUSAN DIREKTUR JENDERAL PEMBANGUNAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA NOMOR 30 TAHUN 2016 TENTANG STATUS KEMAJUAN DAN KEMANDIRIAN DESA*. 492.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 138–147. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Putra R. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*.
- Said A. A. (2017). *Mendesain Logo 2021*. 3.
- Statistik, B. P. (2024). *Jumlah Devisa Sektor Pariwisata 2021-2022*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE2MCMY/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html>
- Suprajang, S. E., & Wijaya, R. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Pembentukan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(2), 169–188.
- Thabroni, G. (2019). *Tipografi: Pengertian, Parameter, Prinsip & Penjelasan Lengkap*. <https://serupa.id/tipografi/>
- Uham, M., Fauzan, A., Apsari, D., Ds, S., & Ds, M. (2020). Peranca Ngan Identit As Merek Apparel Urban Legend Indonesia. *Agustus*, 7(2), 1554.
- Umama, H. A., & Rakasiwi, R. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan brand image terhadap

keputusan pembelian konsumen produk Telkomsel (studi masyarakat di kota Serang Provinsi Banten). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 138–153.