



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia's Tourism Official Website. (2013). Ultimate in Diversity, Taman Nasional Ujung Kulon : Suaka Margasatwa Terakhir Badak Jawa. Diakses pada 10 Maret 2014 dari <http://indonesia.travel/id/destination/394/taman-nasional-ujung-kulon>
- UNWTO. (2015). UNWTO Annual Report 2013. Diakses pada 12 Maret 2015 dari <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2013>
- UNESCO. (2015). World Heritage List, Ujung Kulon National Park. Diakses pada 27 Februari 2015 dari <http://whc.unesco.org/en/list/608>
- Olins, W. (2014). *Brand : The Shape of Brands to Come*. London : Thames & Hudson
- Nirwandar, S. (2014). *Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia. (2014). 50 Taman Nasional di Indonesia. Diakses pada 4 Maret 2015 dari http://www.dephut.go.id/INFORMASI/TN%20INDONESIA/ENGLISH/tn_index.htm
- Tjiptoherijanto, P. (2001). Proyeksi Penduduk, Angkatan Kerja, Tenaga Kerja, dan Peran Serikat Pekerja dalam Peningkatan Kesejahteraan, 4-5. Diakses pada 4 Maret 2015 dari http://www.bappenas.go.id/files/3513/5211/1083/prijono__20091015125259__2356__0.pdf
- Taman Nasional Ujung Kulon. (2009). Tentang TNUK. Tentang TNUK, Obyek

- Wisata. Diakses pada 4 Maret 2014 dari <http://www.ujungkulon.org>
- Yuswohady. (2012). *CONSUMER 3000*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- South Eastern University os Sri Lanka. (2013). *Research Methodology*. Diakses pada 5 Maret 2014 dari http://www.seu.ac.lk/public_access/Research_Methodology.pdf
- VISA. (2013). *Global Travel Intentions Study Report 2013*. Diakses pada 4 Maret 2015 dari http://usa.visa.com/download/corporate/_media/tourism-media-kit/visa-travel-magazine.pdf
- World Economic Forum. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Diakses pada 12 Maret 2014 dari <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013>
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity : an essential guide for the entire branding team 3rd Editions*. Canada : John Wiley & Sons, Inc.
- Airey, D. (2010). *Logo Design Love : A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. USA : New Riders.
- Paolin, R. (2011). *The Language of Graphic Design : An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principle*. USA : Rockport Publisher, Inc.
- Hill, W. (2005). *The Complete Typographer 2nd edition*. Singapore : Page One Publishing Private Limited.
- Bringhurst, R. (2008). *The Elements of Typographic Style vers. 3.2*. Canada : Hartley & Marks.
- Embrose, G., & Haris, P.,(2005). *Basic Design: Layout 2nd Edition*. Switzerland : AVA Book Publishing SA.

Mootee, I. (2013). *60-Minute Brand Strategist : The Essential Brand Book for Marketing and Professionals*. Canada : John Wiley & Sons, Inc.

Desmita. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y.,(2009). *Business Model Generation*. Netherland :
Self Published.

Healey, M. (2010). *LOGOS : +300 International Logos Deconstructed*. Ohio :
HOW Books.

Dondis, D.A. (2010). *A Primer of Visual Literacy* . Ohio : HOW Books.

Sachari, A. (2007). *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta : Erlangga.

UMMN