

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81, 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>.
- Anand, A. (2023). Brand Awareness. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 5(3).
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). Konsistensi Logo dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 439-444.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Wisatawan Nusantara 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://disporapar.kalbarprov.go.id/file/bvkCj1lnl6ZoZn663dG7.pdf>
- Baker, B. (2007). *Destination Branding for Small Cities*. Creative Leap Books.
- Bapat, D. (2020). Examining the antecedents and consequences of brand experience dimensions: implications for branding strategy. *Journal of Asia Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/jabs-01-2019-0020>.
- Barnham, C. (2021). Brand Essence The Structure and Dynamics of the Brand. *International Journal of Market Research*, 51(5), 593-610.
- Beig, F. A., & Nika, F. A. (2019). Brand Experience and Brand Equity. *Vision The Journal of Business Perspective*, 23(1), 1-8.
- Bolton, R. N., Gustafsson, A., Tarasi, C. O., & Witell, L. (2022). Designing satisfying service encounters: website versus store touchpoints. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 85-107. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00808-9>
- Calori, C., & Eynden, D. V. (2015). *Signage and Wayfinding Design* (2nd ed.). Wiley.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (1st ed.). Celebes Media Perkasa.
- Chalil, R. d. (2021). *Brand, Islamic Brand, & Re-branding*. PT. RajaGrafindo Persada.
- DAM, S. M., & DAM, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO3.0585>
- Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho, O. F. (2021). *Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna pada Pendekatan Steam Ditinjau dair Psikologi Desain*. Seminar & Call Paper Universitas Esa Unggul Jakarta.
- Enjoy Jakarta. (2023). *Enjoy Jakarta*. EnjoyJakarta. Retrieved October 8, 2024, from <https://jakarta-tourism.go.id/>
- Fanandaru, E. M., Kurniawati, K., Wahyuni, N., & Septiani, Y. (2023). Brand Experience, Attitude, and Loyalty in Brand Equity Fashion Luxury Brand.

- International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 651-666.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiati, S., HOnesti, L., Wahyuni, S., Jonata, Mouw, E., Mashudi, I., Maharani, A., Hasanah, N., Ambarwati, K., Nuryami, Waris, L., & Noflidaputri, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gerritsen, D., & Olderen, R. (2020). Touchpoints.. Events as a strategic marketing tool. <https://doi.org/10.1079/9781780642611.0184>.
- Ginting, E., Andriani, S., Pasaribu, M. A., & Nst, N. F. A. (2023). Penerapan Manfaat Aplikasi Photoshop Desain Spanduk dalam Media Promosi. *UNES Journal of Sciencetech Research*, 8(1). Retrieved Oktober 19, 2024, from <https://ojs.ekasakti.org/index.php/UJSR/>
- Govers, R. (2021). *An Insider's Guide to Place Branding*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67144-0_47
- Habibullah, S., & Ekomadyo, A. S. (2021). PLACE-MAKING PADA RUANG PUBLIK: MENELUSURI GENIUS LOCI PADA ALUN-ALUN KAPUAS PONTIANAK. *Jurnal Pengembangan Kota*, 9(1), 36-49. 10.14710/jpk.9.1.36-49
- Hananto, B. A., & Audiah, J. (2019). Analisa Visual dari Elemen Permainan Kartu 'The Art of Batik'. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 136-145.
- Hasan, Y., & Siregar, K. (2021). Pemanfaatan Desain Grafis Berbasis Android Untuk Promosi Produk Dan Bisnis Di Medsos. *Jurnal Abdimas Budi Darma*, 2(1), 52-56.
- Herdayani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 117-118.
- Ibrahim, J. (2021, April 20). *Kualitas Infrastruktur Menjadi Daya Tarik Orang Berkunjung*. Pemerintah Kota Pontianak. Retrieved September 27, 2024, from <https://pontianak.go.id/pontianak-hari-ini/berita/Kualitas-Infrastruktur-Menjadi-Daya-Tarik-Orang-Berkunjung>
- Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Grafis pada Peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108-116.
- Karja, I. W. (2021). Makna Warna. *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara*, 1, 110-116.
- Kavaratzis, M. (2005). *CITY BRANDING: AN EFFECTIVE ASSERTION OF IDENTITY OR A TRANSITORY MARKETING TRICK?* Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie. 10.1057/palgrave.pb.5990056
- Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(1), 26-37. <https://doi.org/10.1057/pb.2008.3>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Pentingnya Graphic Standard Manual Sebagai Identitas Visual DJKN di Media Sosial*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. The Free Press.
- Landa, R. (2010). *Graphic Design Solutions*. Cengage.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions* (5th ed.). Cengage Learning.
- Maharani, G., & Azzahra, G. (2023). Systematic Literature Review: Kebijakan Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jimea*, 1(1).
- Majidah, Hasfera, D., & Fadli, M. (2019). Penggunaan Warna dalam Desain Interior Perpustakaan terhadap Psikologis Pemustaka. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 4(2), 95-106.
- Maysa, R. (2021). *Seri Sungai Populer Nusantara: Sungai Kapuas*. Epigraf Komunikata Prima.
- Memey, & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 49–71.
- Miharti, I. (2023). Membangun Brand Equity Bagi Organisasi Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 938.
- Ministry of Tourism of Republic Indonesia. (2019). *A Brief Handbook of: Wonderful Indonesia Logo Guideline*. Ministry of Tourism of Republic Indonesia.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* (2nd ed.). Elsevier. Retrieved September 28, 2024.
- Muktafi, A., & Fauzi, A. (2024). Pengembangan Media Promosi dengan Pembuatan Brosur Berbasis Aplikasi Canva di Kanvill Dau Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 150-157.
- Mulyanta, E. S. (2007). *Teknik Modern Fotografi Digital*, Yogyakarta ; Andi.
- Mulyati, M. I. (2022). Studi Pemilihan Warna terhadap Interior Kamar Praktek Dokter dan Ruang Tunggunya Anak Berkaitan terhadap Tingkat Stres Pasien. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6), 7464-7468.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative.
- Neumeier, M. (2016). *The Brand Flip: Why customers now run companies and how to profit from it*. New Riders.
- Normalasari1, Yacob, S., & Johannes. (2023). Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata yang Dimendiasi Oleh Electronic Word of Mouth. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(1).
- Oxtora, R. (2024, Maret 12). BPS mencatat penurunan kunjungan wisman ke Kalbar. *AntaraKalbar*.
- Palupi, S., Adi, A. D., & Nur, A. D. S. (2023). Pengembangan Sungai Kapuas sebagai Destinasi Wisata Unggulan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 249. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1757>

- Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat. (2024). *Gambaran Umum Aspek Geografis Kalimantan Barat*. Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat. <https://kalbarprov.go.id/tentang-kalbar/geografis/>
- Pranoto, R., & Romadhona, M. (2023). Perancangan Konten Ilustrasi Instagram Rumah Generasi Pemenang Sebagai Upaya Membangun Kesadaran Keagamaan. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 147-159. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2939>
- Pratiwi, A. N. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Trail di CV. Greentech Kawasaki Cabang Bangun Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 659-668.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. ANDI.
- Rahmasari, E. A., & Haryadi, T. (2022). Kajian Interaction Design Website Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 129-138.
- Raposo, D., Silva, F., Correia, R., Ribeiro, R., Neves, J., & Silva, J. (2022). Brand Marks examination. Empirical study of graphic parts in their relation to contrast, recognition, and memorization.. *Ergonomics In Design*. <https://doi.org/10.54941/ahfe1001985>.
- Realdy, V. (2022). *Data Profil Konsumen Indonesia 2022 Terbaru dan Lengkap*. Digital Agency Jakarta. Retrieved September 20, 2024, from <https://dipstrategy.co.id/blog/data-profil-konsumen-indonesia-2022-terbaru-dan-lengkap/>
- Rotovision. (2002). *What Is Graphic Design?*
- Salshabilla, R. A. (2022). STRATEGI PEMBENTUKAN CITY BRANDING DALAM MEWUJUDKAN POSITIONING SMART CITY (Studi Kasus Kabupaten Sumedang Dalam Mewujudkan Sumedang Smart City Oleh Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan Statistik Kabupaten Sumedang). Universitas Telkom.
- Setiawan, A. F. (2023). *Desain Grafis untuk Sosial Media*. CreativeThinking indiebooks.
- Selvia, V., & Yuningsih, A. (2021). *City Branding Kota Cimahi sebagai Kota Heritage*.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prasetyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., & Nugroho, D. Y. (2023). *Perilaku Wisatawan*. MATA KATA INSPIRASI.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Swasty, W., & M, N. N. (2021). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

- Thakkar, K. Y., & Ganatra, N. J. (2023). The power of creativity in print advertising: A study of its relevance in today's market. *Journal of Management Research and Analysis*, 10(3), 169-172.
- Tondreau, B. (2019). *Layout Essentials : 100 Design Principles for Using Grids*. United States of America: Quarto Publishing Group.
- Valentino, D. E. (2019). Pengantar Tipografi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 6(2), 152-173.
- Violina, E. (2019). The Brand Essence of L'Occitane through Verbal and Visual Expressions in Its Advertisement Videos. *Kata Kita: Journal of Language, Literature, and Teaching*, 7(1).
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in the digital era* (1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A comprehensive guide to the world of brands and branding* (6th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Widodo, I. S. N., & Sudjanarti, D. (2022). Media Iklan E-Brosur di Instagram untuk Menarik Minat Beli pada QY-Mendoan Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2).
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). Pengantar Desain Grafis (2nd ed.). Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Widyana, A. I., & Waluyanto, H. D. (2022). Pengembangan Kreativitas Desainer Melalui Aplikasi Grafis Dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, 1-11.
- Wolor, C. W., & Sari, D. A. P. (2021). *Hospitality*.

