

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, S., & Stone, L. T. (2017). *Color design workbook: A real-world guide to using color in graphic design*. Beverly, USA: Rockport Publishers.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik wisatawan Nusantara 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata (orang) di kabupaten/kota se Jawa Barat, 2021-2023*. Diakses pada 10 September 2024, dari <https://bogorkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/ODMjMQ==/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata-orang-di-kabupaten-kota-se-jawa-barat-2021-2023.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rata-rata upah/gaji bersih sebulan buruh/karyawan/pegawai menurut provinsi dan jenis pekerjaan utama, 2024*. Diakses 5 Oktober 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjI1NSMx/rata-rata-upah-gaji-bersih-sebulan-buruh-karyawan-pegawai-menurut-provinsi-dan-jenis-pekerjaan-utama--2024.html>
- Barata, I. G., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2015). Perancangan destination branding wisata alam Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 11.
- Budiman, F.A.A & Nuranti, S.N.D. (2023). *Merajut asa bersama Pasir Eurih*.
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. [pariwisatakotajogja]. (2022, Agustus 5). *LAUNCHING NEW BRANDING KAMPUNG WISATA PURBAYAN 2022*. [Berkas video]. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=Aihn7DcEHD0>
- Dinnie, K. (2015). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Routledge.
- Djalolitdinovna, M. A. (2024). Unveiling the essence of destination branding: Exploring the core elements that define successful destination brands. *Innovative Society: Problems, Analysis and Development Prospects (Spain)*, 5, 13-18.
- Fikriansyah, I. (2023). *Ini 5 tempat wisata dekat Stasiun Bogor yang murah dan seru!*. Detik Travel. Diakses pada 10 September 2024, dari <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-6878863/ini-5-tempat-wisata-dekat-stasiun-bogor-yang-murah-dan-seru>

- Gautama, N. M., Santosa, H., & Swandi, I. W. (2019). Pemanfaatan warna pada poster buku cerita bergambar sejarah Pura Pulaki. *Jurnal Desain*, 7(1), 71-84.
- Hasanah, U. U., Hidayati, N., & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh word of mouth, destination image, destination branding terhadap minat berkunjung di Jatim Park 3 Kota Batu Malang (Studi kasus mahasiswa FEB Unisma angkatan tahun 2019/2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(07).
- Herlianti, E. V., & Sanjaya, R. B. (2022). Dampak positif pariwisata terhadap budaya, ekonomi, dan lingkungan di Kasepuhan Cipta Mulya. *KRITIS*, 31(2), 132-149.
- Hidayah, N. (2021). *Pemasaran destinasi pariwisata berkelanjutan di era digital*. Jakarta: Kreasi Cendekia Pustaka (KCP).
- Hikmah, N., Fauziyah, N. K., Septiani, M., & Lasari, D. M. (2022). Healing sebagai strategi coping stress melalui pariwisata. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(2), 113-124.
- Hilmi, M. (2022). *Buku ajar pengantar desain komunikasi visual*. Penerbit NEM.
- Holtzschue, L. (2017). *Understanding color: An introduction for designers*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Juliana, J., Maleachi, S., Sianipar, R., Sitorus, N. B., & Pramono, R. (2023). Sosialisasi pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata BagoT. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4871-4880.
- Kartikaningrum, N.I. (2015). *Pentingnya branding untuk memajukan pariwisata Indonesia*. Diakses pada 26 Agustus 2024, dari <https://traveling.bisnis.com/read/20151002/224/478372/pentingnyabranding-untuk-majukan-pariwisata-indonesia>
- Khasiati, A. I. N. (2019). *Strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian masyarakat muslim desa jambu kecamatan kayen kidul kabupaten kediri*. IAIN Kediri, Kediri. Diakses dari <https://etheses.iainkediri.ac.id/11086/3/931340015%20bab2.pdf>
- Kotler, Philip, & Keller. (2019). *Manajemen pemasaran edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga

- Kurnia, U. D. (2023). Pengaruh brand image, brand trust, dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian Erigo di Gresik oleh generasi z. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1-11.
- Mubarok, F., S. (2023). Penerapan Prinsip Gestalt dalam Desain Komunikasi Visual untuk meningkatkan memori dan pemahaman pesan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 152—174.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Peco-Torres, F., Polo-Peña, A. I., & Frías-Jamilena, D. M. (2021). Brand personality in cultural tourism through social media. *Tourism Review*, 76(1), 164-183. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0050>
- Putra, E. S., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai carocok painan. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).
- Putri, F. A. B. (2022). *Desa Wisata: Sebuah wadah pengembangan wilayah dan pemberdayaan masyarakat*. Diakses pada 3 Oktober 2024, dari <https://www.masterplandes.com/wisata/desa-wisata-sebuah-wadah-pengembangan-wilayah-dan-pemberdayaan-masyarakat/>
- Putri, L. R. (2020). Pengaruh pariwisata terhadap peningkatan PDRB Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1).
- Priyanto, P., & Rizkiawan, R. (2019). Pengembangan potensi desa sebagai destinasi wisata budayatinjauan terhadap Desa Wisata Pasir Eurih kecamatan tamansari, kabupaten bogor, jawa barat. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 1(2), 8.
- R., V. L., & Mijiarto, J. (2024). Peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pembekalan pengetahuan dasar desa wisata budaya dan kegiatan kesenian di kampoeng thengul. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(8), 7805-7811. Diakses dari <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5621>
- Sakti, L. P. (2021). Logika elite desa dalam praktik pembangunan desa wisata Pujon Kidul. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 8(1), 32-42.
- Saleha, T. A., Pamungkas, N. K., Sukmawati, E. F., & Sukoco, S. A. (2022). Sosialisasi pengembangan potensi desa menjadi desa wisata. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(1), 69-90.

- Simatupang, S., Butarbutar, M., & Nainggolan, C. D. (2021). Konsep destination branding terhadap minat berkunjung ke air panas pangururan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 6(1), 1-9.
- Wardhana, Aditya. (2024). *Brand management in the digital era*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara
- Wheeler, A., Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity 6th edition: A comprehensive guide to the world of brand and branding*. John Wiley & Sons.
- Yusa, I. M. M., Priyono, D., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., Yasa, I. W. A. P., Yasa, N. P. D., ... & Sutarwiyasa, I. K. (2023). *Buku ajar desain komunikasi visual (DKV)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zahrah, F. (2023). City branding dimensions, strategies, and obstacles: A literature review. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 101–109. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109>

