

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Djaya, “Peran Karang Taruna dalam Pengembangan Wisata Pantai Soromandi(Studi Pada Desa Pundi Kecamatan Soromandi Kabupaten Bima-NTB),” *J. Penelit. dan Pengabd. Masy. Bid. Pariwisata*, vol. 1, no. 2, 2021.
- [2] R. Aris, “3 Hari Terakhir, Wisatawan yang ke Pantai Carita 3.000 Orang Per Hari,” *Detik News*, 2022.
- [3] L. Muzellac, *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring, or Creating Brand Equity?* Dublin: Emerald Insight, 2006.
- [4] J. L. Aaker, “Dimensions of Brand Personality,” *Anderson Sch. Manag. Univ. California, Los Angeles*, vol. 34, no. 3, 1997.
- [5] C. Anam, “Perancangan Destination Branding Pantai Klayar Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness,” STIKOM SURABAYA, 2019.
- [6] A. R. Azhar, A. G. Praha, and R. Aulia, “Perancangan Strategi Promosi Wisata Pantai Widuri di Kabupaten Pematang untuk Meningkatkan Pengunjung,” *Univ. Telkom Bandung*, vol. 8, no. 3, 2021.
- [7] M. Renaldi, D. Misnawati, and A. Apriansyah, “Place Branding Destinasi Wisata Pantai Bidadari Desa Sugih Waras Melalui Media Komunikasi Visual,” *Ilmu Komunikasi, Univ. Bina Darma*, vol. 1, no. 1, 2022.
- [8] L. Shop, “Emoji Blink Boy Logo,” *creativemarket.com*, 2020.
- [9] R. Mehmet, “Laika Typeface,” *behance.net*, 2023.
- [10] Fanny and A. Aditya, “Perancangan Destination Branding Pantai Pink Kabupaten Lombok Timur,” *J. Univ. Kristen Petra, Surabaya*, 2014.
- [11] S. & Diction, “You’ll B.O.K. at BOK Wayfinding,” *medium.com*, 2018.
- [12] Sucipto, Toto, Limbeng, and Julianus, *Study Tentang Religi Masyarakat Baduy di Desa Kanekes Provinsi Banten*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Direktorat Jenderal Nilai Budaya Seni dan Film, 2007.

- [13] S. A. Rahmi, "Pembangunan Pariwisata Dalam Prespektif Kearifan Lokal," *Fak. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit. Univ. Muhammadiyah Mataram*, vol. 6, no. 1, 2016.
- [14] F. Tjiptono, *Brand management & strategi*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- [15] D. A. Aaker, *Brand Portofolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press, 2020.
- [16] R. Freddy, *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [18] Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif / Mukhtar*, 1st ed. Jakarta: Referensi, 2013.
- [19] A. V. Haya, "Klasifikasi Jenis Data Penelitian," *TeknoL. Pendidik. dan Fak. Ilmu Pendidik.*, 2019.
- [20] B. Bungin, *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- [21] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [22] P. Kotler and L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed.,. London: Pearson Education, 2016.
- [23] J. Kim, E. Han, and K.-Y. Lee, "The Effects of Cleanliness and Ambient Scent on Consumer Responses: A Cross-cultural Study," *J. Retail. Consum. Serv.*, 2019.
- [24] R. R. Ardhi and Amd.Kep, "Kopi dan Kesehatan Mental," *Kementrian Kesehatan Direktorat Jendral Pelayanan Kesehatan*, 2022.

https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1380/kopi-dan-kesehatan-mental
(accessed Jul. 03, 2023).

- [25] B. Terkini, “Arti Warna Cream yang Jadi Seragam Satpam Menurut Psikologis,” *kumparan.com*, 2022.
- [26] B. Terkini, “Filosofi Arti Warna Orange dalam Psikologi Warna,” *kumparan.com*, 2022.
- [27] H. Abdi, “Arti Warna Biru, Jenis-Jenis, Serta Kode RGB dan Angkanya yang Perlu Diketahui,” *liputan6.com*, 2023.