

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Mustika, S. T. Safitri, and W. S. Wahidah, “Studi Kelayakan Sistem Informasi Kuliner menggunakan Metode SWOT,” *Centive*, p. 1, 2018.
- [2] H. Bisthami, “Manajemen Wisata Religi Masjid Saka Tunggal Desa Cikakak Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas,” *Digit. Repos. UIN Prof. KH. Saefudin Zuhri Purwokerto*, p. 1, 2019.
- [3] V. Septiani, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Baturaden,” *UMN Knowl. Cent.*, vol. 5, no. 1, pp. 189–198, 2018.
- [4] A. N. Siregar, D. A. Dwija, and S. H. Komariah, “Perancangan Identitas Visual untuk Wisata Pantai Mangrove di Kabupaten Serdang Bedagai,” *eProceedings Art Des.*, 2020.
- [5] A. Karunia, Alimuddin, and Nurabdiansyah, “Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jepara,” *eprints*, 2020.
- [6] S. Ramadeni and D. W. Soewardikoen, “Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Edukasi Jendela Alam,” *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, p. 113, 2017, doi: 10.25124/demandia.v2i01.767.
- [7] N. G. F. Anggraeni, “Perancangan Visual Branding Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan,” 2021.
- [8] V. Septiani, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Baturaden,” *UMN Knowl. Cent.*, pp. 12–14, 2018.
- [9] V. Septiani, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Baturaden,” *UMN Knowl. Cent.*, p. 29, 2018.
- [10] I. N. A. F. S. and I. N. Jayanegara, “Sistem Tanda Visual Logo STMIK STIKOM,” 2019.
- [11] Y. Hadiprawiro, “Desain Logo dan Maskot ‘Difabel Klaten’ sebagai Brand Awareness Kampanye Sosial Peduli Masyarakat Disabilitas di Klaten, Jawa Tengah,” *J. Desain*, vol. 5, no. 02, p. 135, 2018, doi: 10.30998/jurnaldesain.v5i02.2270.
- [12] I. W. Utomo, “PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda),” *Komunikasi*, vol. VIII, no. 1, p. 78, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- [13] Budhi Pamungkas Gautama, A. K. Yuliawati, N. S. Nurhayati, E. Fitriyani, and I. I. Pratiwi, “Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat,”

- BERNAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 4, pp. 355–369, 2020, doi: 10.31949/jb.v1i4.414.
- [14] F. Zakaria and R. D. Suprihadjo, “Konsep Pengembangan Desa wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan,” *J. Tek. POMITS*, vol. 3, p. 246, 2014.
- [15] M. R. Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif,” *Humanika*, vol. 21, pp. 35–36, 2021.
- [16] E. Sumiati, “Model Pemberdayaan Masyarakat dalam Mempertahankan Kearifan Lokal,” *Damar Jayagiri*, vol. 1, pp. 61–63, 2015.
- [17] M. Muhlis, A. M. Rachim, F. H. Hendra, J. Arsitektur, F. Teknik, and P. Itats, “Di Jember , Jawa Timur Arsitektur Simbolisme,” pp. 184–188.
- [18] A. Zulkarnain, “Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad’u di Bandar Lampung,” *Repos. UIN Raden Intan Lampung*, pp. 13–15, 2018.
- [19] M. Harisudin, “Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT,” *Agrisaintifika*, vol. 2, pp. 110–113, 2019.
- [20] A. Tarman Hidayat, “MEMBANGUN BRAND EQUITY DENGAN BRAND COMMUNICATION DAN CITY BRANDING KOTA TASIKMALAYA SEBAGAI KOTA KERAJINAN BERDASARKAN UNIQUE SELLING PROPOSITION (Kasus Pada Masyarakat Kota Tasikmalaya),” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [21] M. H. R. Khusyairi, N. Lukiana, and H. Hartono, “Pengaruh Desain Produk, Positioning dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang,” *Jobman J. Organ. Bussines Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 157–167, 2018.