

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Fatimah, F.N.D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: PT. Anak Hebat Indonesia.
- Firmansyah, M.A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hadiwijoyo, Suryo.S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm.
- Sedarmayanti, Gumelar S. Sastrayuda dan Lia Afriza. (2018). *Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suryadana, M.Liga. dan Vanny Octavia (2015). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Jurnal

- Ahmadi, N.K., Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1), 75-95.
- Darma, S. (2019). Mise En Scene Pada Iklan Rejoice Indonesia dengan Analisis Semiotika. *Jurnal Proporsi*, 4(2), 159-173.
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata Di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 24, 35-48.
- Fadhli, M. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Kelas IV Sekolah Dasar. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(1), 24-29
- Harini, N. (2013). Terapi Warna untuk Mengurangi Kecemasan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(2), 291-303.
- Kurniawan, I. (2011). Budaya dan Percepatan Budaya. *Visualita*, 3(1), 43-50.
- Kurniawan, I. (2009). Desain dan Perubahan Budaya Masyarakat. *Visualita*, 1(1), 25-29.

- Listyawati, H.I. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1), 62-70.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Sudrajat (2010). Segmentasi Pasar Penyedia Jasa Logistik (*Third Party Logistics*) di Indonesia. *Binus Business Review*, 1(2), 332-341.
- Walisah, T. (2018). Audiens Dalam Periklanan: Sebagai Target Market. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 5(2), 51-77.
- Zaimar, O.K.S. (2002). Majas dan Pembentukannya. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 6(2), 45-57.

Thesis

- Senopati, B. (2019). *Perancangan Kampanye Komersial Program Barli Artschool di Museum Barli Melalui Video Iklan*. S1 Thesis. Universitas Komputer Indonesia.
- Wicaksono, F.O. (2018). *Morphology Sebagai Metode Perancangan Identitas Visual dan Promosi Objek Wisata Tirta Marta Umbul Pengging Kabupaten Boyolali*. S1 Thesis. Institut Seni Indonesia.

Sumber Situs Internet

- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Tersedia di:
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>