

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Trimandala, N., Kiskenda, D. P., & Putra, E. (2025). Optimalisasi Branding Desa Wisata Tihingan Melalui Potensi Gamelan Tradisional Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 8(1), 1–10.
- Aisyianita, A. R., Quratuain, M., Juliana, D. A., Hanatul., S., Puadah, Khoirunnisa, Z., Yuniatika, Nurhaliza, I. D., Putra, H. D., Nurhafiz, S. F., Pratomo, I. A., & Adil, A. (2023). Pendampingan Sadar Wisata dan Pembuatan Jalur Interpretasi Wisata Trekking di Desa Sirnajaya melalui Program MBKM Membangun Desa Wisata. *JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, 1(4), 745–758. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>
- Apriyanti Y, L. E. Y. (2019). *KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT KEMBANG SERI KECAMATAN TALANG EMPAT KABUPATEN BENGKULU TENGAH*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, Syahrani. M. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Buncle, T. (2020). Handbook on Tourism Destination Branding – Executive Summary, Japanese version. In *Handbook on Tourism Destination Branding – Executive Summary, Japanese version*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421534>
- Cai, L. A. (2002). COOPERATIVE BRANDING FOR RURAL DESTINATIONS. In *Annals of Tourism Research* (Vol. 29, Issue 3). www.elsevier.com/locate/atoures
- Debora, S. (2023). Pembangunan Desa Pasca Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 14(1), 1–21.
- Fasa H, W. A., Berliandaldo M, & Prasetyo A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKELANJUTAN DI INDONESIA: PENDEKATAN ANALISIS PESTEL. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 71–87. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v1i1.8>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2021). *Peran Daya Tarik Desa Wisata dan Community Based Tourism dalam Membangun Citra Desa Wisata*. [Http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk](http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk)
- Klaudius, A., Rinata Rachmad, A., & Ghofur, M. A. (2022). *DESTINATION BRANDING DESA WISATA KAMPUNG TEMPE DESA BEJI-BATU* (Vol. 9, Issue 2). <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i2.77>

- Krisnatalia, H., Tutik, & Satoto, R. Y. (2023). Strategi Penguatan Branding Rintisan Desa Wisata Branjang Melalui Event Budaya Berbasis Kearifan Lokal “Branjangan.” *Journal Of Dedicator Community*, 7(2), 145–154. <https://doi.org/10.34001/jdc.v6i2.3133>
- Masly, D., & Arief, R. M. A. (2017). POTENSI DAYA TARIK WISATA NAGARI TUO PARIANGAN SEBAGAI KAWASAN DESA WISATA PARIANGAN KABUPATEN TANAH DATAR SUMATERA BARAT. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2).
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mezmir A. E. (2020). Qualitative Data Analysis: An Overview of Data Reduction, Data Display and Interpretation. *Research on Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.7176/rhss/10-21-02>
- Michandani, E. S., & Arida, S. N. I. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 111–117.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). Destination Branding: Creating the unique destination proposition Second edition. *Elseiver:Butterworth Heneiman*. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>
- Muntadliroh. (2016). Destination Branding Kota Jember Pada Pemberitaan Jember Fashion Carnaval 2016 di Media Online. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(2), 123–136. <https://doi.org/10.20422/jpk.v19i2.120>
- Novita, S., & Firmansyah. (2021). STRATEGI DESTINATION BRANDING WADUK JATILUHUR SEBAGAI WISATA AIR UNGGULAN DI JAWA BARAT. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–27.
- Nugraha, N. R., & Virgiawan, F. (2022). PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA DI OBJEK WISATA TELAGA ARWANA CIBUBUR. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6445–6454.
- Nurohman, A. Y., & Qurniawati, S. R. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA MENGGORO SEBAGAI WISATA HALAL. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 1–14.
- Octavia, R. E., & Ismail, I. A. (2018). PENGUATAN BRANDING DESA KEPUHSARI MANYARAN WONOGIRI SEBAGAI DESTINASI WISATA KAMPUNG WAYANG TATAH SUNGGING. In *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 1). <http://www.infoyunik.com/2015/09/sejarah-asal-mula-kesenian-wayang-kulit.html>

- Pattaray, A. (2021). WISATA PETUALANGAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI DAYA TARIK DESA WISATA DI KABUPATEN SUMBAWA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1, 2247–2254.
- Puspitasari, D. (2024, October). *kunjungi desa klepu ponorogo destinasi wisata terbaik di bumi reog*. Ponorogo News. <https://ponorogo.pikiran-rakyat.com/seputar-ponorogo/pr-3138639382/kunjungi-desa-klepu-ponorogo-destinasi-wisata-terbaik-di-bumi-reog?page=all>
- Putra, M. E., & Asnan, M. (2022). Implementasi Tahapan Destination Branding Malang Beach Festival 2019. *Jurnal Communicator Sphere*, 2(2), 55–68. <https://doi.org/10.55397/cps.v2i2.22>
- Putra, R. R., Rakhman, U. C., Khadijah, S. L. U., & Mustofa, A. N. A. (2023). POTENSI DAN DAYA TARIK WISATA DI DESA WISATA KERTAYASA, KECAMATAN CIJULANG, KABUPATEN PANGANDARAN. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 12(3), 431–442. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v12i3>
- Ramadhan, A. R., & Sa'idun, Muh. (2024). Strategi Destinasi Branding Kampung Edukasi Untuk Meningkatkan Pengunjung Dan Menjadi Objek Wisata Unggulan Desa Kembangkuning Boyolali. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 5073–5088.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Issue 33).
- Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47. <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Safitri, H., & Kurniansyah, D. (2021). Analisis komponen daya tarik desa wisata. *Journals of Economic and Bussines*, 18(4), 497–501. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Saputra, A. D., Rohmi, E. H. N., Sodiq, S., Kudus, M. Y., Mulatsih, T. W., Bagus, D. P., Ilfana, F., Firdani, W. T., & Fatmawati, B. (2025). *KABUPATEN PONOROGO DALAM ANGKA 2025* (A. S. Saputra, Ed.; Vol. 44). BPS KABUPATEN PONOROGO.
- Sari, A. B., Nurendah, Y., & Yusdira, A. (2022). Tinjauan Atas Direct Marketing Pada Kafe Taman Fathan Alesano Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 197–202. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1335>
- Setyowati, L. B., & Nugroho, H. B. A. (2024). *Tahapan Destinasi Branding Kampoeng Djadoel sebagai Kampung Batik Semarang*.
- Sofiyani, K., Widyastuti, N., Nia, R., & Kurniawati, K. (2023). KONSEP RESPONSIBLE TOURISM MARKETING (RTM) DALAM MEMBANGUN PARIWISATA. In *Journal of Scientific Communication* (Vol. 5, Issue 1).

- Subarkah, R. A., Rachman, B. , J., & Akim. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 84–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>
- Sulistyawati, S. S., & Mph. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*.
- Ulfah, M. N. (2019). Destination Branding Kabupaten Majalengka Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka. *Journal PROMEDIA*, 5(2), 25–54. <https://doi.org/10.52447/promedia.v5i2.2335>
- Utami, H. I. (2017). *STRATEGI PENGUATAN KAMPUNG GLINTUNG GO GREEN (3G) SEBAGAI DESTINATION BRANDING OBYEK WISATA EDUKASI DI MALANG*. www.glintunggogreen.co,
- Zahrona, E., Sumiarsih, E., & Yanti, R. (2025). POTENSI DESA WISATA BUKIT BATU SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI KECAMATAN BUKIT BATU KABUPATEN BENGKALIS. *JURNAL MEKAR*, 4, 24–30. <https://doi.org/10.59193>
- Zulfirman R. (2022). IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM. *Pendidikan Dan Pengajaran* |, 3, 2022. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fjppp.v3i2.11758>

