

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (2007). *Strategic Market Management* (8th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Asrudin. (2014). *Filsafat Ilmu Sosial: Perspektif Epistemologis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilmukharom, M. F., & Hariyanto, D. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 294-302.
- Cempaka, D., Sundari, V., Bima, A., & Emerald, G. (2023). Village branding: Instruments of Place brand identity for destinations and msms in the tourism villages. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 11(2), 251-264.
- Creswell, J. W. (2008). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Denzin, N. K. (2009). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods* (3rd ed.). New Brunswick: Aldine Transaction.

- Erwan, F., Lufika, R. D., Dewi, C., Muhammad, S., Muslim, M., & Ilyas, S. (2022). Perancangan Daya Tarik Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata dan Inovasi Nilam di Desa Ranto Sabon Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9(1), 82-96.
- Gulo, W. (2000). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Hardiani, H., Zulfanetti, Z., Hastuti, D., Achmad, E., & Prihanto, P. H. (2022). Penerapan strategi *branding* produk stick ubi sebagai oleh-oleh khas Desa Renah Alai Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin. *Studium: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 83-86.
- Hendarmin, R., & Sari, R. (2024). Pengembangan *branding* dan identitas bisnis untuk UMKM Desa Petanang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 7(1), 19-23.
- Irwan M, Nasution P. *Mobile Learning Pada Sekolah Dasar*. J Perpust Dan Inf. 2016;10(01):1–14.
- Luthfi, M., Kurniawan, F. A., Nashiruddin, A., & Mu'ad, A. (2024). Pelatihan *branding* produk dan strategi konten kreator Instagram untuk UMKM di Desa Gadingrejo-Juwana-Pati. *IRAJAGADHITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 35-40.
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan destination *branding* Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 111-117.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nainggolan, M. R. A. (2019) *Definisi Strategi Pengembangan Pariwisata. PENGANTAR PARIWISATA*, 41.

- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). *Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261-267.
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2018). Penguatan produk UMKM “calief” melalui strategi *branding* komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi *branding* membangun *Brand Identity* pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1829-1836.
- Paranata, I. N. J., Ekasani, K. A., & Darsana, I. M. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Sosial Media dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Desa Wisata Sibetan Karangasem. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9603-9614.
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi desa wisata berbasis UMKM melalui *destination branding*. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204-214.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Prayudi, & Herastuti, H. (2018). *Branding desa wisata berbasis ecotourism. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 227-237.
- Putra, B. P. (2023). *Analisis pengembangan desa wisata menuju desa wisata mandiri melalui pendekatan penghidupan berkelanjutan (Sustainable Livelihood Approach): Studi kasus pada Desa Wisata Randugede, Magetan* (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia Repository.

- Ramdani, N. G., Fauziyyah, N., Fuadah, R., Rudiyono, S., Septiyaningrum, Y. A., Salamatussa'adah, N., & Hayani, A. (2023). Definisi dan teori pendekatan, strategi, dan metode pembelajaran. *Indonesian Journal of Elementary Education and Teaching Innovation*, 2(1), 20-31.
- Ramdani, N. G., Fauziyyah, N., Fuadah, R., Rudiyono, S., Septiyaningrum, Y. A., Salamatussa'adah, N., & Hayani, A. (2023). *Definisi dan teori pendekatan, strategi, dan metode pembelajaran* . Indonesian Journal of Elementary Education and Teaching Innovation, 2(1), 20–31.
- Sari, A. K., Ridha, F. A., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Sugito, & Nofiani, D. (2022). *Upaya pengembangan dan branding desa wisata berbasis UMKM lokal di Desa Sumbermujur*.
- Sari, A. K., Ridha, F. A., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Sugito, & Nofiani, D. (2022). *Upaya pengembangan dan branding desa wisata berbasis UMKM lokal di Desa Sumbermujur* .
- Setiawan, D. (2021). *Analisis Strategi Branding Desa Wisata Gunungsari Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun Dalam Mewujudkan Kampung Budaya Berbasiskan Budaya Jawa* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun *branding* bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Integrated Marketing Communications* (Chapter 17 dan Chapter 3)
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (5th ed.). London: Kogan Page.
- Soetomo. (2011). *Pemberdayaan Masyarakat: Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Subekti, P., Damayanti, T., Zubair, F., Perbawasari, S., Anisa, R., & Prastowo, F. X. A. A. (2023). Pembuatan strategi destinasi *branding* untuk optimalisasi potensi lokal di Kecamatan Jatigede, Sumedang. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 273-282.
- Sundari, A. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Digitalisasi Marketing untuk *Branding* Desa. Prapanca: *Jurnal Abdimas*, 4(1), 45-52.
- Tambunan, T. T. H. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Taufik, M. N. B., & Tsurroya, T. (2022). *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Desa Wisata Kemiren Dalam Upaya Mendukung Sustainable Development Goals*. *The Commercium*, 6(1), 21-34.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2011). *Economic Development* (11th ed.). Boston: Addison-Wesley.
- Waqfin, M. S. I., Komari, M., Andriani, R., & Muhibuddin, A. (2021). Strategi *Branding* untuk Membangun Identitas *Brand* dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-5.
- Yacob, S., Qomariyah, N., Marzal, J., & Maulana, A. (2021). *Strategi Pemasaran Desa Wisata*. Wida Publishing.
- Zahra, V. I. (2024). *Strategi brand communication perusahaan startup PT Vismaya Indonesia di media sosial* (Tugas Akhir, Universitas Negeri Jakarta). Universitas Negeri Jakarta.
- Zenker, S., & Braun, E. (2017). *Questioning a "one size fits all" city brand: Developing a branded house strategy for place brand management*. *Journal of Place Management and Development*, 10(3), 270-287.