

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko. (2004). *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Afif, R. T., Prajana, A. M., & Prahara, G. A. (2020). *Analysis of Character Design and Culture in the Laskar Cima Animation. Architecture & Design (IMADe)*, 1(October), 410–414. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/imade>
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Anindita, Hayyu. (2021). *Branding : Pengertian, Jenis, Tujuan dan Manfaatnya*. Diakses 12 Maret 2021 dari Jojonomic : <https://www.jojonomic.com/blog/branding/>
- Arifrahara, G. (2020). *Visual Communication Morphology Study in Stall Banner of Street Vendors in Lamongan*. 391, 75–79. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200108.017>
- Ariprahara, G. (2021). *Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif*. 07(01), 92–104. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/3804>
- Aulia, R. (2021). *Kajian Efektifitas Ornamen Gigi Balang Sebagai Identitas Infrastruktur Kota Jakarta. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.2737>
- Aulia, R., & Putro, W. R. (2021). *Sustainable Packaging Design (Studi Kasus Pengukuran Persepsi Desain Kemasan Produk Jamu Houseblend Suwe Ora Jamu)*. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*. <https://doi.org/10.34010/visualita.v9i2.3781>
- C. Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, Alfiani Riezky P, and Sonson Nurusholih. 2019. "Perancangan Promosi Program Tematik Museum Gedung Sate." *eProceedings of Art & Design* 6 (2): 1539-1551.

- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T. (2005), *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Gelder, S.V. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- George, Belch E & Michael A Belch. (2001). *Advertising And Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective. 12th edition*. McGraw Hill
- Ghodeswar, B.M. (2008). *Building Brand Identity in Competitive Markets: a Conceptual Model*. Journal of Product & Brand Management.
- Ilmi, Ani Rofiatil, and Sonson Nurusholih. 2019. "Perancangan Promosi Destinasi Wisata Warsa Farm Bogor." *eProceedings of Art & Design* 6 (2): 1428-1438.
- Kasali, Rhenald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Neumeier, Marty. (2003). *The Brand Gap*. USA: AIGA.
- Resmadi, I., Bastar, R. P., & Prahara, G. A. (2020). *Analisis Strategi Media Komunikasi Visual Label Rekaman Independen Di Era Digital*. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*. <https://doi.org/10.25124/demandia.v5i2.2742>
- Riswandi. (2009). *Ilmu komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Schultz, D.E.& Bames, B.E. (1999). *Strategic Brand communication Campaigns*. Illionis: NTC Business Books.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2009). *Consumer Behavior in Fashion*. Pearson/Prentice Hall.
- Sugiyama, Kotaro, Andree, Tim. (2011). *The Dentsu Way*. MCGraw-Hill eBooks. Thureau, Gwinner, Walsh dan Gremler.
- Sumarlin, R., Aulia, R., & Anggraini, D. N. (2021). *Dampak User Interface Terhadap User Experience Pada Sistem Informasi Manajemen Kesehatan Berbasis Web*. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 6(1), 106. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.2724>
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, Sumbo. (1998). *Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*. Tesis. Bandung: ITB.
- Wallace, Steve. (2012). *Brand activation: Bringing Brands to Life!*