

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Banjarnahor, R. A. D. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (K. Abdul (Ed.)). Yayasan Kit Menulis.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Buku Pemasaran Produk dan Merek, August, 336.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D. & Brahmana, R. K. M. (2014). *Pengaruh Brand Identity terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Volume 2, pp. 1-11.
- Haryanti, S., Mursito B. & Sudarwati. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Danar Hadi Surakarta*. Jurnal Manajemen. 144-151.
- Idah, Yusyida Munsu dan Pinilih, Muliasari. (2019). *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM*. Prosiding Seminar Nasional 2019. Vol 9, No 1., 195-204.
- Kabani, Shama Hyder. (2012). *The Zen of Social Media Marketing*. Texas: BenBella Books.
- Kabelen, N.W. (2020). *Perkembangan Videography dari Ilmu Hingga Profesi*. JESKOVSIA 2020, Vol. 04, No. 02., 79-86.
- Kartika, Jessica D., Rudyant Siswanto W. (2015). *Logo: Visual Asset Development*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Klimchuk, Marianne dan Rosner A. Krasovec. (2012). *Packaging Design*. New York: Wiley.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 Edition). England: Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Rustan, Suriyanto. (2017). *Layout, Dasar, & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Soebiantoro, Arto. (2013). *Merek Indonesia Harus Bisa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: Dinamika Komunikasi.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia era 1950-1957*. Yogyakarta: Calpulis.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Sudarma, K. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasty, Wirania. (2017). *Serba Serbi Warna*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus Fotografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Van Dijk. (2013). *The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media*. UK: Oxford. University Press.
- Wibowo, T. I. (2013). *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: Buku Pintar.
- Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT: Untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Quadrant.
- Winadi, J. S. (2017). *Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak*. *Jurnal E-Komunikasi, (Online)*, 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-id-hubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>), diakses 15 Mei 2022.
- Zulkarnaen, H. O., dan Sutopo. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)*. *Diponegoro Journal of Management*. 2(3): 1-13.