

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muchammad A. "Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensifraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny." *MATHunesa*, vol. 2, no. 6, 2017.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Damara, S. L. (2019). *TA: Perancangan Identitas Visual Kampung 1000 Topeng sebagai Upaya Brand Recognition* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Gunawan, I. (2018). *Bisnis Kuliner di Bandung Dinilai Sangat Menjanjikan*
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2015). *LOGO Visual asset development*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (p. 352). Boston, MA: Pearson.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- Landa, R. (2013). *Graphic design solution fifth edition*.
- Monica, B., & BalaĀŸ, R. (2014). Social media marketing to increase brand awareness. *Journal of Economics and Business Research*, 20(2), 155-164.

- Nathalia, K., & Anggraini, L. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan untuk pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.*
- R. Y. Arumsari and J. Utama, “KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM”, *bahasarupa*, vol. 2, no. 1, pp. 52-58, Oct. 2018.
- Rustan, S. (2013). *Layout*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rochman, E. A., & Iskandar, B. P. (2015). Users’ engagement toward the brand accounts in Instagram based on the AISAS model. *Journal of business and management*, 4(8), 890-900.
- Santoso, R. K., & Dewi, N. F. (2020, April). Social Media Marketing’s Influence on Customer Loyalty: A Case Study of Siloam Hospital. In *3rd International Conference on Vocational Higher Education* (pp. 224-232).
- Soewardikoen, D. W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: CV Dinamika Komunika.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Sumedi, M. (2018). *TA: Perancangan Visual Identity Kampung Surodinawan Mojokerto Sebagai Upaya Pengenalan Kepada Masyarakat* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. (T. Admojo, Ed.) Yogyakarta, Indonesia: Center of Academic Publishing Service.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan merancang strategi merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Wasil, M. (2018, January). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality. In *Forum Ekonomi* (Vol. 19, No. 2, pp. 137-147).
- Widianto, S. (2015). *Bandung Ditetapkan Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Indonesia*.