

DAFTAR PUSTAKA

- Abra, R. S. (2022, September 2). Perkembangan Industri Kopi di Yogyakarta. (P. Jogja, Pewawancara)
- Adieb, M. (2021, Januari 6). *Glints*. Diambil kembali dari Glints Web site: <https://glints.com/id/lowongan/teori-warna/#.ZCxRbntBxhE>
- Ayuna. (2021, Desember 23). *Jogja Keren*. Diambil kembali dari Jogja Keren Web site: <https://jogjakeren.com/maraknya-kedai-kopi-di-yogyakarta-tren-baru-atau-lama/>
- Backer, G. d. (2022, Februari 18). *Gust de Backer*. Diambil kembali dari Gust de Backer Web site: <https://gustdebacker.com/brand-identity/>
- Best, K. (2019). *Design Management: Managing Design Strategy, Process, and Implementation*. London: Bloomsbury Publishing PLC.
- Dobbs, M. E. (2014). Guidelines for Applying Porter's Five Forces Framework: A Set of Industry Analysis Templates. *Emerald Competitiveness Review*, Vol. 24, No. 1, 32-46.
- Hal, B. v. (2018). *Using social media to create awareness for consultancy agencies in business-to-business marketing*. BSc Thesis Marketing and Consumer Behaviour (MCB).
- Harminingtyas, R. (2014). Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi dan Media Informasi dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol.6, No.3, 37-57.
- Heryanto, T., & Prabawa, B. (2020). Perancangan Strategi Desain Untuk Brand Ien's Handcraft. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.7, No.2*, 2503-2526.
- Huang, R., & Sarigöllü, E. (2014). How Brand Awareness Relates to Market Outcome, Brand Equity, and The Marketing Mix. *Fashion Branding and Consumer Behaviors, International Series on Consumer Science*, 113-132.
- King, K. A. (2015). *The Complete Guide to B2B Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*. USA: Clark Baxter.
- Mozota, B. B. (2003). *Design management: using design to build brand value and corporate innovation*. New York: Allworth Press.
- Pandangan Jogja. (2022, September 3). *Kumparan*. Diambil kembali dari Pandangan Jogja: <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIgdYg/full>
- Pandangan Jogja. (2022, September 3). *Kumparan*. Diambil kembali dari Pandangan Jogja: <https://kumparan.com/pandangan-jogja/putaran-uang-dari-kedai-kopi-di-yogya-diperkirakan-capai-rp-700-miliar-per-tahun-1ymqNKxIoGG>

- Pham, V. (2014). *Impact of Corporate Visual Identity on Consumer's Perception of a Brand*. Finlandia: Turku University of Applied Sciences.
- Prabawa, B., & Swasty, W. (2015). Applying Strategic Design to Build Brand Value And Corporate Innovation. *Bandung Creative Movement*, 177-187.
- Rochmawan, A. N., Swasty, W., & Arumsari, R. Y. (2021). Peningkatan Brand Awareness Produsen Susu Sapi Dengan Strategi Desain. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No. 9, 928-947.
- Sani, N., & Lukito, W. (2020). Perancangan Strategi Desain Untuk Meningkatkan Brand Awareness Succulent Bandung. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.7, No.2*, 2527-2534.
- Setiawan, R., & Bornok, M. B. (2015). *Estetika Fotografi*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Setiawiguna, G. G. (2012). *Perancangan media informasi pendidikan lingkungan hidup untuk anak-anak usia 9 tahun*. Bandung: JBPTUNIKOMPP.
- Shepherd, L. (2013). *Market Smart: How to Gain Customers and Increase Profits with B2B Marketing*. New York: Authorhouse.
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*, 5(2), 561-570.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual - Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 232-251.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik Rekaman*, 30-42.
- Tanwar, R. (2013). Porter's Generic Competitive Strategies. *IOSR Journal of Business and Management*, 11-17.
- Tjokroaminoto, J., & Kunto, Y. S. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image dan Company Image Terhadap Loyalitas Retailer Studi Kasus PT Asia Paramita Indah. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1*, 1-11.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA Vol.6 No.4*, 2058-2067.
- Wardani, D. T. (2020). *Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Pada Program Acara di Radio Dian Swara Purwokerto*. Purwokerto: IAIN.

- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan! dalam Bisnis (Third Edition)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zharandont, P. (2015). *Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia*. Bandung: Universitas Telkom.