

BIBLIOGRAPHY

- Abdurrahman, G., & Wahanggara, V. (2021). Branding produk sebagai solusi UMKM di masa pandemi. *Journal of Community Development*, 2(1), 56-59.
- Angela, E., & Yunus, U. 7.1 Unlimited Worship. *DIGITAL BRANDING*, 138.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., ... & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740-746.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. (2014). Penerbit Nuansa.
- Digital Branding Teori Dan Praktik*. (2019). simbiosis rekayasa media 1.
- H, S. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono* (10th ed.). Alfabeta.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan: konsep pesan, media, branding, anggaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2008). *Advertising Ed.8*. Kencana.
- Moriarty, S. E., Mitchell, N., & Wells, W. (2008). *Advertising & IMC: Principles & Practice*. Pearson.
- Moriarty, S. E., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC: Principles & Practice*. Pearson.
- Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (2015). Kencana.
- Prasetyo, B. D. (2020). *Strategi Branding*. Universitas Brawijaya Press.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/167501/slug/strategi-branding-teori-dan-perspektif-komunikasi-dalam-bisnis.html>
- Ramadhan, A. R., Nurbani, S., & Pamela, A. W. (2022). eProceedings of Art & Design. *Perancangan Strategi Branding Umkm Martabak Mesir H. wan Kota Padang*, 9(Branding), 21.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/18024>

- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, 1(1), 39-44.
- Samosir, A. A., & Wahab, T. (2019). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Untuk Rumah Bersejarah Inggit Garnasih. *eProceedings of Art & Design*, 6(3).
- Soewardikoen, D. (2013). *Metodologi Penelitian Visual: Dari Seminar ke Tugas Akhir* (1st ed.). CV Dinamika Komunikasi.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek* (1st ed.). Remaja Rosdakarya.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521-527.
- TAMA, E. Y. (2013). *The SWOT Analysis and Marketing Strategies of Getuk Yoko Kurung, Cepur, Klaten* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Utama, J. (2017). Warna sebagai identitas merek. *Warna sebagai identitas merek pada website*, 3. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/1294>
- Yunus, U. 1.1 Brand dan Komunikasi. *DIGITAL BRANDING*, 1.