

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Aaker, D. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Image. Differentiation, Energy, Leverage, And Clarity*. Free Press.
- Amalia, N., & Nurusholih, S. (2023). *Perancangan Strategi Brand Awareness Booking.Com Dalam Potensi Kemajuan Wisata Alam Kabupaten Sumedang Brand Awareness Strategy Design Of Booking.Com In The Potential Progress Of The Natural Tourism At Sumedang District* (Vol. 10, Issue 5).
- Arianty, N., Jasin, H., & Nasution, P. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran : Konsep Dan Praktek*. Perdana Publishing.
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Assidiq, M. Z. (2023). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi Dan Tips Penggunaan*. Telkomuniversity.Ac.Id.
<https://Telkomuniversity.Ac.Id/Tipografi-Pengertian-Element-Fungsi-Klasifikasi-Dan-Tips-Penggunaan/>
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Ersyad, F. A. (2022). *Semiotika Komunikasi Dalam Perspektif Charles Sanders Pierce*. Cv Mitra Cendekia Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Qiara Media.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Andi Offset.
- Irawan, D., & Suherman, S. (2017). *Apresiasi Seni Rupa*. Thafa Media.
- Jansson, A. (2003). The Negotiated City Image: Symbolic Reproduction And Change Through Urban Consumption. *Urban Studies*, 40(3), 463–479.
<https://doi.org/10.1080/0042098032000053879>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi*. Erlangga.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi.
- Morissan, A. M. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nadie, L. (2018). *Media Massa Dan Pasar Modal*. Media Center.
- O'guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (2003). *Advertising And Integrated Brand Promotion 3rd Ed*. Thomson South-Western.
- Pradana, R. A., Zhannisa, U. H., & Wibisana, M. I. N. (2023). Pengaruh Media Pembelajaran Audio Visual Dan Media Cetak Terhadap Hasil Belajar Senam Lantai (Guling Depan) Pada Siswa Kelas Vii Smp Negeri 6 Taman Kecamatan Taman Pemalang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 3(1), 157–163.
- Priansa, D. J. (2017). *Kinerja Manajemen Kepegawaian Dalam Pengelolaan Sdm Perusahaan*. Pustaka Setia.
- Pujriyanto. (2005). *Desain Grafis Computer*. Andi.
- Putra, Ricky. W. (2020). *Pengantar Dkv Dalam Penerapan (Vol. 1)*. Andi.
- Raga Jakwiba, A., & Sri Maharani Budi, Dan. (N.D.). *Perancangan Strategi Promosi Toko Roti "Cap Roti Buaya" Di Bandung*.
- Santoso, T. (2013). Peran Media Massa Dalam Olahraga. *Jurnal Ilmiah Spirit*.
- Saputri. (2017). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaringan 4g Lte Pt. Telkomsel*. Universitas Pancasila.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 1(1). <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Setiadi, N. J., Osterwalder, A., & Pigneu, Y. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia.
- Skaredoff, L. (2004). Counter Intelligence. *Culture-Perfumes And Cosmetics*, 172(5).
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Andi.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Utm Press.

- Wardyaningrum, D. (2011). Tingkat Kognisi Tentang Konsumsi Susu Pada Ibu Peternak Sapi Perah Lembang Jawa Barat. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(1), 19–26.
- Wirapraja, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Wulandari, D., Halim, M. A., Firmansyah, R., Astuti, M. Y., & Tranggana, W. L. (2022). Relevansi Pemahaman Nirmana Terhadap Kemampuan Penyusunan Ruang Tepat Guna Dalam Desain Interior. *Sungging*, 1(1), 19–31. <https://doi.org/10.21831/Sungging.V1i1.54538>
- Yunus, U. (2022). *Digital Branding Teori Dan Praktek*.
- Raga Jakwiba & Sri Maharani Budi, N.D. (2022). Perancangan Strategi Promosi Toko Roti “Cap Roti Buaya” Di Bandung
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, Edisi Revisi / Didit Widiatmoko Soewardikoen*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nur Amalia, Ilhamsyah, Sonson Nurusholih. (2023). Perancangan Strategi Brand Awareness Booking.Com Dalam Potensi Kemajuan Wisata Alam Kabupaten Sumedang . *E-Proceeding Of Art & Design*, 16.