

DAFTAR PUSTAKA

- Clarissa, M. I., & Ellitan, L. (2023). Peran Brand Equity dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Brand Loyalty. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 250.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 71.
- Putera, D. Y., & Swasty, W. (2017). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PENGAPLIKASIAN. *Andharupa*, 2.
- Yasin, M., Garancang, S., & Hamzah, A. A. (2024). Metode dan Instrumen Pengumpulan Data (Kualitatif dan Kuantitatif). *Journal of International Multidisciplinary Research*, 169.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Basuki, W., & Kristien, A. (2021). *Desain Grafis Percetakan SMK/MAK Kelas XI*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Budihardja, L., & Sitingjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8.
- Hadi, A. P., & Rokhman, F. A. (2020). Implementasi Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1), 39–49.
- Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Rilis Dalam Membentuk Customer Engagement. *Barik*, 2(2), 121–134.
- Hilmi, M. (2022). *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit NEM.
- Maulana, Y. I. (2021). *Tinjauan Visual Terhadap Transformasi Logo Persib Bandung Yang Mengadopsi Lambang Pemerintah Kota Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). Analisis komunikasi pemasaran go-pay melalui promosi cashback. *Prologia*, 4(2), 332–338.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium*, 9(1), 81–91.
- Pratama, F. R. (2022). *Pengaruh Electronic Service Quality Terhadap Brand Trust Melalui Brand Communication, Brand Attitude Dan Customer Satisfaction (Kasus Pada Bank Bri Kabupaten Purwakarta)*. Universitas Siliwangi.
- Putra, P. (2023). *Manajemen pemasaran*.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.
- RAHMAN, M. R. (2023). *PENERAPAN ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM DUNIA KERJA DI CV. TERIMAKASIH*.
- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. *Bandung: Alfabeta*, 15(2010).
- Tonyjanto, C., Putu, I. G. P. I. G., Sutajaya, I. M., Kusuma, A. T. A. P., & Amadea, I. B. N. K. (2024). Pemanfaatan SEO (Search Engine Optimization) dalam meningkatkan Penjualan Produk Speaker X9 Pro Audio dalam Kewirausahaan Bidang Pendidikan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 5(1), 1–8.
- Wardaya, M. (2023). *Buku Ajar Mengenal Dasar Desain*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Wicaksono, R. N. P. (2020). *LKP: Perancangan Identitas Visual Beauty Derma sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*. Universitas Dinamika.
- Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. P. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Griya Sarana Label. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 235–246.