

## Daftar Pustaka

Ari Kusrianto, Ramanda, dan Perdana, [www.elib.unikomac.id](http://www.elib.unikomac.id), Vancha, Toni, *TEORI TENTANG LOGO BESERTA ELEMEN VISUALNYA DAN TEORI BUDAYA PERUSAHAAN*

Brand Activation, Simbolon, Freddy Pandapotan, [bbs.binus.ac.id](http://bbs.binus.ac.id), *BRAND ACTIVATION: PENGERTIAN, MANFAAT DAN CONTOHNYA*

Debort, 1977 Wijaya, Taufan, (2018), *Literasi Visual*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Digital ads, Andar, Desiana, [www.seputarmarketing.com](http://www.seputarmarketing.com), *membedah definisi digital advertising dan mengapa brand anda membutuhkannya.*

Durianto, Darmadi., Budiman, Lie Joko.(2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*,PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

*Jenis – Jenis Branding* Nastain , Muhammad, 2017, *BRANDING DAN EKSISTENSI PRODUK (KAJIAN TEORITIK KONSEP BRANDING DAN TANTANGAN EKSISTENSI PRODUK)*, vol 5 no.1, hal 14 – 26

Manfaat brand, [library.binus.ac.id](http://library.binus.ac.id), *thesis bab 2*

*Kaplan dan Haelin I Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment*

Kotler, 2009, [library.binus.ac.id](http://library.binus.ac.id), *thesis bab 2*

Kotler dan Armstrong,2008:12 , [library.binus.ac.id](http://library.binus.ac.id), *thesis bab 2*

Positioning adalah , Utami, Novi Widya, [www.jurnal.id](http://www.jurnal.id), *Mengenal Strategi Positioning Produk untuk Persaingan Bisnis*

Robin & Linda (2001) Page, Larry, [www.google.com/TeoriMultimedia](http://www.google.com/TeoriMultimedia) , 1 Mei, 21:25

Sneaklin harus bersaing dengan 125 *brand* dengan inovasi yang baru, Susanti, Reni bandung.kompas.com, *Berkat Tugas Cuci Sepatu Bermodal Rp 100.000, Bisnis Refaldy Kini Beromzet Miliaran Rupiah*

Surachman (2008:7), Piramida kesadaran merek Ghealita, Vevi, (2015), *PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK MEREK AQUA, Studi Pada Masyarakat di Kota*

Wulandari, Dyah Ruth, (2018), *Brand Management Brand Building, Mengelola Brands Selamanya*

Wirasari, Ira, (2018), *Kajian Gaya Bahasa Iklan Antangin Fit Pada Media Sosial*

Syafikarani, Aisyi, (2018), *Kajian Komunikasi Dibalik Makna Campaign A Mild "Nanti juga lo paham"*, In *Ars: Jurnal Seni rupa dan Desain*

Utama, J., & Swasty, W. (2018), *Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram, Jurnal Bahasa Rupa Vol 02, No 1 2018*

Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). *PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA MODEL PERANCANGAN UI/UX APLIKASI PENANGANAN LAPORAN KEHILANGAN DAN TEMUAN BARANG TERCECER*. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(2), 219–237.