

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.,2004, *Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of Brand Name*, The Free Press, New York.
- A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko, 2004, *Power Branding*, Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Agustrijanto. 2001, *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Agustrijanto. 2006, *Copywriting Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Penerbit. Kencana. Jakarta
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2010. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Syamsul dan Kusrianto, Adi. 2009. *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*. Jakarta:Grasindo.
- Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gelder, S.V. 2005. *Global brand strategy*. London: Kogan Page
- Ghodeswar, B. M. 2008. *Building Brand Identity in Competitive Markets*. *Journal of Product & Brand Management*, 17,1, 4-12.
- Hendratman, Hendi. 2008. *Tips & Trik Graphic Desain*.Bandung: Informatika.
- Inarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual – Penanda Masyarakat Global*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Jefkins, Frank, 1996, *Periklanan*,Edisi ke-3, Jakarta : Erlangga.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell & William Wells. 2012. Advertising & IMC: Principles & Practice 9 th Ed.
- Neumeier, Marty. 2003. The Brand Gap. USA : AIGA
- Nurbani, Sri, dan Nanda Ayu R. Dewi. "Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken." 6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019. Telkom University, 2019, pp. 446-450.
- Philip Kotler, Kevin lane Keller.2008. marketing Management, Thirteenth edition. Erlangga
- Purnaningwulan, Ratih Desianita. 2015. Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon Dengan Motivasi Konsumen Wanita Dalam Melakukan Pembelian Produk Di Mall Surabaya. Jurnal Vol 4, N0 2. Commonline Departemen Komunikasi.
- Pujiriyanto. 2005. Desain Grafis Komputer (Teori Desain grafis Komputer). Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Philip Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Schultz,D.E.& Bames, B.E. 1999. Strategic Brand communication Campaigns. Illionis: NTC Business Books.
- Schultz & Barnes, Stratic Brand Communication Campaign,Chicago: NTC Business Books, 1999:144.

- Sriwitari, Ni Nyoman, Widnyana, I Gusti Nyoman. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*,: Alfabeta, Bandung.
- Sugiyama, K., & Andre, T. 2011. *The Dentsu Way*. New York: McGrawHill.
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Swasty, Wirania. 2016. “Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek”. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko Sumbo, 2009, *Semiotika Komunikasi Visual Yogyakarta*: Jalasutra
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Utama, J., & Swasty, W. 2018. Daya Tarik Visual Sebagai Brand Recall Pada Iklan Televisi (Studi Kasus: Iklan Mizone 2012 Versi ‘Tilt’), *bahasarupa*, vol. 2, no. 1, pp. 43-51, Oct. 2018.
- Widiatmoko, Didit Soewardikoen. 2013. *Metodologi Penelitian Visual: Dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: CV Dinamika Komunika