

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value Of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Anggito, Albi dan Johan Setawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu Komunikasi dan Praktek Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditia Bakti.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta:Deepublish.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Madjadikara, Agus S. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mujib, Fathul dan Tutik Saptiningsih. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Musfar, Tengku Firli. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. Bandung: MediaSains Indonesia.
- Nurhalimah, dkk. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir*:

*Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi.* Yogyakarta: Deepublish.

Putri, dkk. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Media Utama.

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rinnanik, dkk. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indramayu: CV. AdanuAbimata.

Sari, dkk. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Shimp, T.A. (2004). *Periklanan Dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu - Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way*. United States : Dentsu Inc.  
Yogyakarta: Kanisius.

Yusuf, A. Muri. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

## **SUMBER JURNAL DAN SKRIPSI**

Barlian, Y. A., & Nurbani, S. (2016). *Narrative Discourse Analysis Of Viral Video Ad Volvo'Epic Of Split'*. Bandung Creative Movement (BCM), 3(1).

Dewi, Alfiani Riezky P, and Sonson Nurusholih. 2019. "Perancangan Promosi Program Tematik Museum Gedung Sate." *eProceedings of Art & Design* 6 (2): 1539-1551.

- Fahrezy, A. N., Safari, E. A., & Hidayattuloh, M. Perancangan Promosi Destinasi Wisata Outbound Cantigi Camp Kabupaten Bandung. *Desain Komunikasi Visual (Demandia)*, [S.1], v. 7, n. 2, ags. 2020. ISSN : 2355- 9349.
- Hilyatussyuhada, Eneng Dida Hilda. (2021). *Perancangan Strategi Branding “Tahu Mirasa” Di Conggeang Sumedang*. Skripsi. Universitas Telkom.
- Ilhamsyah, H. (2021). Tagline in Advertisement Digital Era Case Study of #adaaqua Advertising Campaign.
- Nurusholih, S. (2019). *Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI*. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 4(2), 199-214.

#### SUMBER INTERNET

- Donita Food. 2014. Tentang Donita Food. Diakses pada: <https://www.donita.co.id/> (20 September 2021)
- Pelangi Food. 2010. Tentang Pelangi Food. Diakses pada: <https://www.pelangifoodofficial.com/> ( 12 Oktober 2021)
- Peluang Usaha. 2021. Bisnis produk makanan beku di masa pandemi semakin menjanjikan. Diakses pada: <https://peluangusaha.kontan.co.id/> (17 Oktober 2021)
- Urbanasia. 2020. Kota Medan Raih Penghargaan Sebagai Kota Wisata Kuliner . Diakses pada: <https://www.urbanasia.com/> ( 17 Oktober 2021)