

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, S., & Morioka, N. (2004). *Logo Design Workbook*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Aprillia, Z. Z. (2020). Rancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Koordinator Proyek PT Atrium Propognatorum Teknika. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 86-102.
- Ariyani, I. (2018). Desain Kolaboratif sebagai Strategi Pengembangan Produk Lokal Pada Industri Kecil. *Jurnal Pengetahuan & Perancangan Interior*, 1-7.
- Basyari, H. (2014). Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) Tradisi Memitu Pada Masyarakat Cirebon (Studi Kasus Masyarakat Desa Setupatok Kecamatan Mundu). *Edunomic*, 47-56.
- Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi* , 105-116.
- Christina, L., Fidia, Ella, M., Leonardo, Oktalia, A., & Yang, D. (2021). Perencanaan dan Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kopitiam Asam Pedas Tiam Huat. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (pp. 93-99). Batam: Universitas Internasional Batam.
- Darmawan, R. M., & Swasty, W. (2018). Perancangan Ulang Logo dan Media Promosi CV. Kinandang Putera Sebagai Penguatan Identitas Visual. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 157-172.
- David, F. (2002). *Manajemen Strategi Konsep Terjemahan Edisi ke-Tujuh*. Jakarta: Prehalindo.
- David, F. R. (2014). *Manajemen Strategis, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Fiorentina, F., & Dwianika, A. (2021). Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi (JSMA)* , 37-47.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building Brand Identity in Competitive Markets: a Conceptual Model. *Journal of Product & Brand Management*.
- Gupta, A. (2013). Environmental and PEST Analysis to External Business Environment. *Merit Research Journal of Art, Social Science and Humanities*, 13-17.

- Hadi, R., Wirawan, I. N., Wulandari, R., Ciptahadi, K. O., Kusuma, I. N., & Saryanti, I. A. (2021). Pemanfaatan Desain Label Kemasan sebagai Media Promosi Kastengel Buana Sari. *Madaniya*, 29-35.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., & Brahmana, R. K. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-11.
- Harisudin, M. (2019). Metode Penentuan Faktor-Faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 109-121.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *JEMSI (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi)*, 729-738.
- Humaira, N. (2021). AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Model of Cosmetics Marketing Communication on Online Beauty Forum (Case-Study: Avoskin marketing on Sociolla) . *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 186-200.
- Hunger, J., & Wheelen, L. (2001). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Ikhsani, K., Wuryandari, N. R., & Widayati, C. C. (2021). Desain Komersialisasi Kemasan Sebagai Media Interaktif Pada UMKM Kelurahan Tanjung Duren Utara. *Andhara*, 1-10.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 105-126.
- ITDP Indonesia. (2022, 11 10). *Daya Tarik Wisata Danau Toba*. Retrieved from P3TB (Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi, dan Berkelanjutan): https://p3tb.pu.go.id/in/main/project_location/toba/121/171/176/180#:~:text=Salah%20satu%20daya%20tarik%20utama,air%20tejun%2C%20hutan%2C%20dll.
- Klimchuk, M., & Krasovec, S. (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kosasih, S. (2009). *Manajemen Operasi Internasional*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2008). *In B2B Brand Management*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kozok, U. (2014). *Surat Batak*. Jakarta: KPG.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* (pp. 257-262). Surabaya: Departemen Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi.
- Layaman. (2015). Analisis Dana Pilihan Strategi. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 156-166.
- Limantoro, L. V., & Mustamu, R. (2018). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Jasa Kebersihan. *Agora*, 1-7.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, 55-74.
- Millenia, A. P., & Dewi, C. K. (2021). Decision Making Processes Menggunakan Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) pada Celebrity Endorsed Advertisement Bittersweet by Najla. *e-Proceeding of Management* (pp. 1208-1216). Bandung: Telkom University.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge.
- Munthe, A., & Simanjuntak, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Wisatawan pada Kuliner Lokal yang ada di Kawasan Danau Toba (Jenis Makanan Ringan) Studi Kasus : Kabupaten Toba Samosir. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar* (pp. 1118-1124). Bandung: IRWNS.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nasih, A. M., & Kholidah, L. N. (2009). *Metode dan Teknik Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus PT. Astra Internasional Tbk.- Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*, 102-209.

- Nurritzki, M. R., Budiawan, W., & Rinawati, D. I. (2017). Analisis Alternatif Pembelian dan Pembuatan Produk dalam Peningkatan Kapasitas Produksi (Studi Kasus Brand Fashion Muslim ZYSKU Xena). *Industrial Engineering Online Journal*, 1-15.
- Panjaitan, L. M., & Sundawa, D. (2016). Pelestarian Nilai-Nilai Civic Culture dalam Memperkuat Identitas Budaya Masyarakat. *Journal of Urban Society's Arts*, 64-72.
- Pearce, A., & Richard, B. R. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pitoy, C. V., Tumbel, A., & Tielung, M. (2016). Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT Astragraphoa, TBK Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 302-312.
- Pratama, F. D., & Swasty, W. (2018). Logo dan Signage sebagai Identitas Visual (Studi Kasus: Stadion Gelora Bandung Lautan Api). *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 119-129.
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). Membangun Identitas Visual untuk Media Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Sositologi*, 27-42.
- Purba, R. (2016). Tipografi Kreasi Motif Gorga Batak. *Jurnal Proporsi*, 190-201.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ratna, & Kutha, N. (2013). *Teori, Metode dan Teknik Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Relawati, R., Baroh, I., & Ariadi, B. Y. (2015). Analisis SWOT untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Apel di Malang Raya. *SEPA*, 58-69.
- Riani, A. L., & Widiamurti, N. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Pembuatan Desain Kemasan*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Ridwan, J., & Mataram, U. (2012). Integrasi Pemasaran Pariwisata dalam Mewujudkan Kunjungan Kembali Wisatawan ke Daerah Istimewa

- Yogyakarta . *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4 Indonesia* (pp. 1-18). Yogyakarta: FMI.
- Rizkiani, A. (2021). Penggunaan Mind Mapping Pada Pembelajaran Menulis Teks Deskripsi di Kelas VIII SMP Yapermas Jakarta. *Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 44-52.
- S., L. A., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Samodro. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan dan Minuman Oleh-Oleh di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan. *Widyakala*, 66-76.
- Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Tepung Bumbu ARIEN dengan Metode IFE, EFE, SWOT dan STP. *Bisman*, 83-94.
- Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2018). Analisis Desain Produk dan Jasa. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 137-156.
- Simanjuntak, M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Bisnis Tipa-Tipa (Oleh-oleh Khas Toba Samosir). *Jurnaltio*.
- Simanjuntak, R. M., & Sihombing, D. I. (2020). Eksplorasi Etnomatematika pada Kue Tradisional Suku Batak . *Prosiding Webinar Enthomathematics*, (pp. 27-30).
- Siringoringo , R., Jamaluddin, & Sembiring, Y. (2020). Pendampingan Disain Kemasan Makanan Tipa-Tipa di Desa Marom Kecamatan Uluan Kabupaten Toba Samosir. *JPMB (Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo)*, 99-106.
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 11-25.
- Suciati, R., Utami, K., & Jaya, B. P. (2021). Analisa SWOT Strategi Digitalisasi pada Era New Normal untuk Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Aset*, 63-83.
- Sudarwan, D., & Darwis. (2003). *Metode Penelitian Kebidanan: Prosedur, Kebijakan, dan Etik*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Sudiantini, D. (2022). *Manajemen Strategi*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Sudrajat, D. J., Kartika, I., & Handayani, T. W. (2019). Kajian Konsep Kearifan Lokal Pada Perancangan Kantor Bupati Kabupaten Bandung. *Jurnal Universitas Winaya Mukti*, 116-123.

- Sugiyama, K. D. (2011). *The Dentsu Way: Secret of Cross Switch Marketing from The World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw Hill Professional.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyono, R. A. (2005). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., . . . Purba, S. (2020). *Tourism Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Swasty, W., & Mustika, A. (2022). Redesain Grafis Kemasan Produk Kopi Pungtang dengan Konsep Ilustrasi Line-Art. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 80-89.
- Thionata, A. N., Wirasari, I., & Syarifikanani, A. (2021). Perancangan Strategi Promosi Omakim Bakery . *e-Proceeding of Art & Design* (pp. 1296-1303). Bandung: Telkom University.
- Tjipto, S. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Virgiawan, D. M., & Jasjfi, E. F. (2021). Kontribusi Desain Terhadap Pemasaran Kedai Kopi pada Masa Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial* (pp. 46-52). Tangerang: Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan.
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategic*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Warsito. (2012). *Antropologi Budaya*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Widayani, A. (2018). Daya Saing Program Studi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 37-56.
- Widyasari, D. (2014). Analisis Industri Alas Kaki di DKI Jakarta Tahun 2014 dengan Model 'Porter's Five Forces'. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 252-269.
- Wirania, S. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wiswasta, I., Agung, I., & Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Unmas Press.
- Wiyasa, I. G. (2022). Peminatan dan Loyalitas Terhadap Niat Pembelian Menggunakan Aplikasi Mcdonalds Indonesia. *Jurnal Suara Pengabdian* 45, 25-40.

Zulkiplimansyah, & Purnomo, S. (2007). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.