

DAFTAR PUSTAKA

- Arenggoasih, W. (2017). Pengaruh Brand Communication, Service Quality dan Brand Personality Anggota Dewan Terpilih Melalui Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pemilih . (Studi Partai Politik Gerindra). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 123-135. <https://doi.org/10.14710/interaksi.5.2.123-135>.
- Ariani, Angela., & Banjarnahor, D. N. (2018). Pengaruh tampilan dan konten terhadap efektivitas promosi melalui website pada PT. Elegant Tour and Travel Medan. *Jurnal Media Wisata*, 16(2), 1041. <http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/280>.
- Arumsari, R. Y., Rahman, Y., & Prabawa, B. (2021). Paparan Konten Visual pada Feed Instagram Kopi Toko Djawa Selama Pandemi COVID-19. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i2.3698>.
- Azahra Dila et al. (2023). Studi Pustaka tentang Peran Fasilitas Sekolah dalam Mendukung Efektivitas Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*.
- Cyclopedia Journal.(2024). Mengupas Tren Lari di Indonesia: Fenomena Gaya Hidup Aktif 2024.<https://cyclopedia.id/id/blog/cyclopedia-journal-1/post/mengupas-tren-lari-di-indonesia-fenomena-gaya-hidup-aktif-2024-65>.
- Erwin, E., Judijanto, L., Kaligis, J. N., Islami, V., Muspriyadi, R., Suprayitno, D., & Irmadiani, N. D. (2024a). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Febrianissa.(2023). *Desain Identitas Visual Sebagai Media Branding Untuk Penerbit Bintang Pendidikan*. Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf. (Seminar Nasional Teknologi Cetak dan Media Kreatif) Vol. 2 Tahun 2023.
- Fathoni, A. (2011). Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi. In A. Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi* (p. 104). Jakarta: Rineka Cipta.
- Hiltesh Bashin.(2023).”What is Branding and How to Use It for your Business.Brand Collateral.”
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmana.(2020). *Supergraphic*.<https://repository.unikom.ac.id/65969/1/>.
- Klimchuk, Marianne Rosner dan Sandra A. Krasovec.2006. *Desain Kemasan. Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & G. P. Armstrong. (2018).*Principles of Marketing* (Seventeenth edition). Hoboken: Pearson Higher Education.
- Kotler, Philip, el. 2021. *Marketing 4.0*. Jakarta. PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Kusnadi, “Definisi Tipografi,” dalam *Dasar Desain Grafis*, Tasikmalaya, Edu Publisher, 2018, p.79.

- Kusnadi, "Prinsip Dasar dalam Perancangan Tipografi," dalam Dasar Desain Grafis, Tasikmalaya, Edu Publisher, 2018, p. 95.
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. In A. Kusrianto, Pengantar desain komunikasi visual (p. 2). Yogyakarta: Andi.
- M. Ridwan dan H. Hanafiah, "Analysis Of Coffee Shop Marketing Strategy Om Bewok: Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok," Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance, pp. 274-283, 2021.
- Mhd. Panerangan Hasibuan, et al.(2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi. GABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Nay Madani.(2023). Terapkan 3 Strategi Branding Framework Demi Bisnis yang Maksimal. <https://ntmy.io/blog/business/strategi-framework-untuk-brand/>
- Noviadji.(2014). Desain Kemasan Tradisional Dalam Konteks Kekinian. (13-14). Artika 1(1):10-21
- Pamungkas dan Adi Iryanto.(2023). Perancangan Ulang Visual Kemasan Produk UMKM Cemilan Mas Endut.
- Paraneswara,M.G.(2006).Building Brand Value: Five Steps to Building Powerful Brands.India: Tata McGraw-Hill Education.
- Phillips & Moutinho.(2018).Isu-isu Kontemporer dalam Manajemen Strategis RoutledgeISBN: 978-1-138-93964-6.
- Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- R Yusantiar, Soewardikoen. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang.Andharupa.Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia.
- Rahardjo, Tipto Sudjadi, 2019, Desain Grafis Kemasan UMKM, Deepublish, Yogyakarta Sucipta Nyoman I, Suriasih Ketut, Kencana Diah Ketut Pande. 2017, Pengemasan Pangan:Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif, Dan Efisien. Denpasar: Udayana University Press
- Sahin, A., Zehir, C., & Kitapçı, H. (2011). The effects of brand experiences, trust and satisfaction on building brand loyalty; An empirical research on global brands. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 24(1197), 1288–1301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.143>.
- Soewardikoen.(2019). Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Sutsana M. 2019. Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan di Sofyaninn Hotel Unisi Yogyakarta. Jurnal Universitas Islam Indonesia.
- Tandion et al. (2024). Hubungan Antara Brand Communication, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty.
- Team FME. (2013). SWOT Analysis Strategy Skill. E-book.
- Wheelen, T.L. and Hunger, J.D. (2012). Strategic Management and Business Policy; Achieving Sustainability (13th ed). Prentice Hall.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil manfaat media sosial dalam pengembangan layanan.Journal of Documentation and Information Science, 2(1).

- Wirania, Jiwa.(2017).Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website. Andharupa. Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia 3(01):1-16.
- Wiryana, I. (1999). Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan. Gramedia Pustaka Utama.