

DAFTAR PUSTAKA

- Andra, S. (2017). Efektifitas Penggunaan Media Luar Ruang Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Samarinda. *EJournal Lmu Komunikasi*, 5(2), 160–171.
- Belch, G. E., & Belch, M. (2012). Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective(9th Ed). *Mcgraw-Hill/Irwin.*, January 2009.
- Christianto. 2019. Perancangan *Brand identity* untuk Jasa Toys & Diorama "HITOMEG". Universitas Ciputra
- Dewi, W. N., Sevtiana, A., Suwandi, S., & Julaeha, T. S. (2022). Perancangan Brand Identity Dan Banner Sebagai Media Promosi Bunabee Fashion Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Digit*, 12(1), 54. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.217>
- Fromm, J., & Read, A. (2018). *Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast--and Very Different--Generation of Influencers*. AMACOM.
- Girsang, L. M. (2014). Brand Positioning dan Minat Beli (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Iklan Brand Positioning Axe Apollo di RCTI terhadap Minat Beli Mahasiswa FISIP USU). *Jurnal FISIP USU*, 1–10.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
- Keller, K. L., & Institute, M. S. (2001). *Building Customer-based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands* (Issue 107). Marketing Science Institute.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456.
- Kotler, P., Michi, I., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Springer Berlin Heidelberg.

- Morissan. (2010). *PERIKLANAN : KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU* (Jefry (ed.); Pertama). PRENADAMEDIA GROUP.
- Mulyadi, Margareta, M. M., & Hasiholan, L. B. (2015). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap minat beli (Studi pada Konsumen Mie Sedap di Pasar Pedurungan Kidul Semarang). *Journal of Management*, 1(1), 110.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Rosdakarya.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. *Cahaya Ilmu* (Issue July).
- Rakhmat, M. F. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2013). *Font And Tipografi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D., & Oesman, Y. M. (1999). *Intisari pemasaran & unsur-unsur pemasaran : ringkasan praktis teori & tanya jawab / H. Djaslim Saladin, Yevis Marti Oesman. Linda Karya*.
- Shimp, T. A., Yahya, D. K., Saat, S., & Kristiaji, W. C. (2003). *Periklanan & promosi : komunikasi pemasaran terpadu* (S. Saat (ed.); 5th ed.).
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.
- Sukirno, Z. L. (2017). Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa. *Journal of Tourism and Cretaivity*, 1(1), 13.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>