

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, A. D. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mintra Utama.
- Frank Jefkins. (1995). *Periklanan*. Penerbit Erlangga. Hal 227
- Jannah, M. (2022). *Desain Grafis Itu Ada Ilmunya: Sebuah Panduan Lengkap Tentang Desain dan Komposisi*. Anak Hebat Indonesia.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Andi Offset.
- Yulianto. (2018). *Buku Sakti Kuasai Desain Grafis*. Anak Hebat Indonesia.

### Jurnal Online

- Apriyani, T., & Wibowo, A. A. (2023). Pelatihan Copywriting Untuk Meningkatkan Promosi Hasil Unit Produksi Siswa Smk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 7(1), hal 207.
- Burhanuddin, R. A., Wicaksono, B. W., Yulistiani, I., & Hanafiah, F. P. (2023). Rebranding Bank Kb Bukopin Dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *Warta Dharmawangsa*, 17(3), hal 1218.
- Erlyana, Y (2018). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi Mpo Romlah. *National Conference of Creative Industry*, hal 1083,  
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/ncci/article/view/1316>
- Febrian, A. I., & Aryanto, H. (2022). Perancangan Media Promosi Nanistika Homemade Bakery. *BARIK*, 3(3), hal 211.
- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020, September). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* , Vol. 11, No. 1, Hal. 889.
- Januariyansah, S (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien, *researchgate.net*, hal 2,  
<https://www.researchgate.net/profile/Sapitri-Januariyansah/publication/>

[328662854\\_ANALISIS\\_DESAIN\\_LOGO\\_BERDASARKAN\\_TEORI\\_EFEKTIF\\_DAN\\_EFISIEN/links/5bdb2d67299bf1124fb32c1b/ANALIS-IS-DESAIN-LOGO-BERDASARKAN-TEORI-EFEKTIF-DAN-EFISIEN.pdf](https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN/links/5bdb2d67299bf1124fb32c1b/ANALIS-IS-DESAIN-LOGO-BERDASARKAN-TEORI-EFEKTIF-DAN-EFISIEN.pdf)

- Juliasari, D, & Liyundira, FS (2022). Desain Kemasan Produk sebagai Media Perluasan Pemasaran. *Progress Conference*, hal 210,  
<http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/497>
- Mahardika, A., Arumsari, R. Y., & Lukito, W. (2023). Perancangan Media Promosi Untuk Peningkatan Brand Awareness Di Scoria Coffee. *EProceedings of Art & Design*, hal 2.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 2)*, hal 284-294.
- Rengganawati, H, & Taufik, Y (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *KOMVERSAL, jurnal.plb.ac.id*, hal 29,  
<http://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/view/496>
- Retnasary, M, & Fitriawati, D (2018). Peran Instagram Sebagai Media Promosi. *Syntax Literate*, hal 65,  
<https://www.neliti.com/publications/330294/peran-instagram-sebagai-media-promosi>