

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B., Halim, B., & Mubarat, H. (2022). Designing the Brand Identity of Sekanak Tourism Destinations Lambidaro Palembang. *Indonesian Journal of Art and Design Studies*, 1(2), 51-67.
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625-632.
- Amdhani, R., Wati, E. E., & Purwanto, K. (2022). Analisis Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa Undhari. *Manajemen Dewantara*, 6(3), 281-291.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of product & brand management*, 17(1), 4-12.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh brand identity terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Iswandi, H. (2018). Peran Dan Pengaruh Tampilan Desain Pada Periklanan. Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya.
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna. Gorga: Jurnal Seni Rupa.
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian produk chicken nugget Fiesta di kota Padang. *Jurnal agricola*, 11(2), 70-78.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk

- (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 522-529.
- Rohim, A., & Asnawi, N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Brand Image (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 867-878.
- Saputro, A. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2).
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Sofi, N., & Elisabeth, N. (2022). Perancangan Branding Camilan “Keripik Pisang Mak Iyak”. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 391-400.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., Permatasari, N. P. I., & Wisudawati, N. N. S. (2022). Pengembangan Citra Merek sebagai Identitas Merek “Arak Besan” dalam Menghadapi Kompetitor. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 167-173.
- Tjiptono Fandy. (2010). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Penerbit Andy.
- Valentino, D. E. (2020). Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung. *TEMATIK*, 7(2), 211-229.