

DAFTAR PUSTAKA

- Adhany, A. F., & Gumelar, R. (2024). Peningkatan Branding & Identitas Ilmu Komunikasi Untirta Melalui Rancangan Visual Merchandise. *Aksa Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1), 1-9. doi:0.37505/aksa.v8i1.114
- Apriadi, D., Nuryakin, R. A., Sariwardani, A., Dawud, M. Y., Syamsuddin, F. R., Supangat, Bonok, Z. (2024). *Manajemen Produksi Dan Operasi: Era Revolusi Industri 4.0*. Sumatera Barat: CV. Gita Lentera.
- Ariningtyas, N., Widarti, S., & Asiatun, S. (2025). Peningkatan Pengetahuan Remaja Tentang Kompres Hangat Untuk Mengatasi Dismenore Dengan Media Leaflet Di Smp Negeri 2 Sewon. *Jik Mmy : Jurnal Ilmu Kesehatan Mulia Madani Yogyakarta*, 6(1), 41-55.
- Azizah, S., Rosyadah, H. K., Sanjaya, I., & Mubarak, M. S. (2024). Analisis Proses Produksi, Distribusi, Dan Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2 (1), 44-63, <https://doi.org/10.56184/jeijournal.v2i1.331>.
- Baitulloh, S., & Sulistyowati. (2024). Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Strategi Email Marketing Dalam Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2(12), 507-521.
- Daud, R. F., Umiyati, H., Ginting, E. A., Mitrin, A., Winangsih, R., Rahman, A., . . . Astuti, A. (2023). *Public Relations Suatu Pengantar*. Bandung: Widina Media Utama.
- Fitriani, A., & Rosandini, M. (2024). Kajian visual produk merchandise pada museum di Jakarta. *Jurnal Desain*, 12(1), 172-184.
- Haryuningtias, N., & Zaman, K. (2025). Analisis Strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelayanan di Rumah Sakit Darmo Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(3), 285-306. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i3.3230>

- Ibrahim, M. I. (2024). Peran *Public Relations* Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif. *JIEM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 186-190. doi:10.61722/jiem.v2i6.1327
- Lesmana, N., & Prajarini, D. (2024). Perancangan Merchandise Dan Desain Kemasan “E Space Coffee” Di Cirebon Sebagai Sarana Promosi Dan Penguat Identitas. *Aksa: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1-20.
- Mamulak, N. M., Suwastika, I. W., Sutaguna, I. N., & Yolanda. (2025). *Strategi Pemasaran Teori Dan Praktik Dalam Era Digital*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Miqdad, Muljono, P., & Cholagi, F. F. (2026). Peran Divisi Komunikasi Pemasaran Astronacci International dalam Memperkuat Eksistensi Merek. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(1), 240-254. doi:10.55681/sentri.v5i1.5334
- Munthe, A. R., Hidayati, N., Amiati, Hsb, P. S., Dalimunthe, F., Tanjung, M. D., & Tambunan, M. T. (2025). Psikologi Warna Dalam Desain Grafis Implikasi Terhadap Persepsi Audiens. *INSIGHT JOURNAL*, 1(2), 91-98.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo .
- Otniel, T. R., Wisudawanto, D. R., & Indreswari, E. P. (2025). Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication Adhiwangsa Hotel and Convention Solo pada Event So Kiss Me 2024. *Dialogika : Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(3), 294-308. doi:10.62383/dialogika.v1i3.584
- Ramzy, K., & Susanti, I. (2025). Perancangan Ulang Identitas Visual Kurnia Jaya Laundry Sebagai Brand Awareness. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya* 7(2) , 437-449.
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. (2021). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. UMSIDA Press.

- Rozalinda, K., & Adinda, F. M. (2025). Optimalisasi Media Leaflet dan Booklet dalam Strategi Manajemen Pendidikan. *PERSONNEL: Jurnal Administrasi Pendidikan*, 1(1), 15-21.
- Rusydi, F. S., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2021). Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam. *REPUTATION: Jurnal Hubungan Masyarakat* 6 (2), 181-200.
- Saharani, M., Wahida, A., & Margana. (2025). Perancangan Corporate Identity melalui Media Komunikasi Visual pada Distributor Sumber Jaya Toys Store. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSLA)*, 9(1), 25-37.
- Sari, P., & Giri, R. R. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Adopsi Mobile Banking Menggunakan Elaboration Likelihood Model (ELM). *Journal of Economics and Business*, 12(3), 1913-1928.
- Sitepu, E. S., & Faulina. (2021). *Profesional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Suriady, I., Ningsih, F. P., Rini, G. M., & Savhira, F. F. (2023). Media Relations Analysis Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah. *Kinesik* 10 (2), 193-211.
- Suryana, A. (2006). *Strategi dan pemikiran bisnis W. Chan Kim & Renne Mauborgne : pencipta blue Ocean Strategy-Strategi Samudra Biru*. Jakarta : Edsa Mahkota.
- Susilawati, Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 322-332.
- Wibiksana, M. A., Arindawati, W. A., & Oxcygentri, O. (2025). Merchandise sebagai Media Komunikasi Simbolik: Studi Fenomenologis pada Komunitas Aksi Kamisan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 9(4), 2093-2099. doi:10.31604/jim.v9i4.2025.2093-2099

- Widiastuti, S., Kusumaningrum, J., & handrijaningsih, L. (2022). Perancangan Corporate Identity Untuk Meningkatkan Brand Image Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 2(2), 150-159.
- Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). *Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk*. 8, 322–332.
- Hasmawati, F., Manalullaili, & Tablia, M. (2025). Strategi IMC (Integrated Marketing Communication) Untuk Meningkatkan Kepuasan & Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus PT Azza Sejahtera Damai Perkasa). *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 18. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.618>
- Nur, A., Cahyani, P. D., & Ningrum, K. (2024). *PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN BRAND ATTACHMENT DAN CUSTOMER TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 13(04), 1092–1107.
- Ryo, A., & Sinduwiatmo, K. (2024). *Pakar Strategi Komunikasi B2B Anugrah Pratama dalam Membangun Hubungan dengan Pelanggan*. 1, 61–71.
- Senjaya et al. (2026). *Pengaruh Customer Brand Engagement dalam Mempengaruhi Brand Trust Serta Dampaknya terhadap Customer Loyalty Program Studi Manajemen , Universitas Ekuitas Indonesia , Indonesia*. 6(April).
- Sosial, J. I., & Bisnis, A. (2025). *Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital* Corresponding author : Sefthianunipi@gmail.com. 02(01), 29–36.
- Steviano, A., & Sihombing, S. O. (2023). *Pengaruh Manajemen Hubungan Masyarakat dan Orientasi Pemasaran Hubungan Terhadap Loyalitas Merek dengan Keterlibatan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi*. 18(2).