

Daftar Pustaka

- Vani Octavia Muslimah. (2024). “*Perancangan Strategi Kreatif Brand Attributes Pada Kebun Stroberi Desa Lebakmuncang Bersama Ultra Milk Dalam Meningkatkan Recognition Terhadap Keluarga Muda*”. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Vol. 2 No. 2 dan 5 (2024): Juni.
- Evelyn Artha Jesica Pasaribu. (2024). “*Perancangan Strategi Branding Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Project 1945*”. Jurnal Desain Komunikasi. Visual Vol 2 No.1 (2023)” Juni.
- Aaker David.A., 1991, Manajemen Ekuitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek. Jakarta: Mitra Utama
- Aaker, D. A. (1991). “Building Strong Brands.
- Aaker, D. A. (2011). *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. Boston:
- Kotelnikov, F. (2017) *Brand Management. Hard Attributes and Soft Attributes*
- Ainurrofiqin, Moh. (2023). *Teknik Branding 5.0 Tingkatkan Brand Awareness di Era 5.0*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia (Anggota IKAPI)
- Aunurrofiqin, M. (2024). *Story Brand Bagaimana Memikat Pelanggan Dengan Metode Storytelling Yang Cerdas*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia (Anggota IKAPI)
- Bahari, Andi Faisal & Jafar Basalamah. (2020). “*Attributes and Characteristics of Ad Spots: An Analysis of Motivation and Brand Loyalty*”. Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 7 No. 2 (2020):September.
- CV. Media Sains Indonesia.
- Kartono, B. (2015). *Brand Genius: Bagaimanan Merek Anda Dicintai dan Dipuja*.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education .
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Leland, K. T. (2016). *The Brand Mapping Strategy*. California: Entrepreneur Press.
- Lewrick, Michael. (2022). *Design Thinking For Business Growth*. Canada: John Wiley & Sons, Inc
- Moriarty, S., Wells, W., & Mitchell, N. (2018). *Advertising*. Jakarta: Kencana

- P., . . . Ulfa. (2022). *Branding Marketing: The Art Of Branding*. Bandung:
- Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sammut-Bonnici, T. (2015). Brand and Branding. *Strategic Management*, 2.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Graamedia Pustaka Utama.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A.
- Sudirjo, Frans & Luh Komang Candra Dewi. (2023). “*Analysis Of The Influence Of Consumer Behavior, Product Attributes And Brand Image On Purchasing Decisions Of Pharmaceutical Industry Products Consumers*”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntan* Vol. 9 No. 6 (2023): Desember.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tinarbuko, S. (2015). *Dekave: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Bangkalan: UTM PRESS.
- Widi, S. (2023, 09 29). *Hasil Survei: Sederet Hal yang Dilakukan Gen Z Atasi*
- Zuhdi, Saefudin & Denny Supardy. (2009). “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen: Studi Kasus Motor Merek Honda Jenis Vario pada PT. Kusumasejati Intiprima Cabang Bogor*”. *Jurnal Ilmiah Ranggagading* Vol. 9 No. 2 (2009).