

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. & Nathalia, K. (2020). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Best, K. (2019). *Design Management: Managing Design Strategy, Process, and Implementation*. London: Bloomsbury Publishing PLC.
- Bruijl, G. (2018). The Relevance of Porter's Five Forces in Today's Innovative and Changing Business Environment. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.3192207.
- Darma, D., Asysyuura, A., & Werawe Angka, A. . (2023). Pengembangan Usaha Gula Aren Dalam Meningkatkan Nilai Jual dan Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2487-2493. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1519>
- Izzul. (2024, Maret 6). Asia Commerce. Diambil kembali dari Asia Commerce: <https://asiacommerce.id/blog/ekspor-gula-aren/>
- Jun, W., Li, S., Yanzhou, Y., Gonzalezc, E. D. S., Weiyi, H., Litao, S., & Zhang, Y. (2021). Evaluation of precision marketing effectiveness of community e-commerce—An AISAS based model. *Sustainable Operations and Computers*, 2, 200-205.
- King, K. A. (2015). *The Complete Guide to B2B Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kusumawati, Yudhistya Ayu. (2017, September). *5 Prinsip Logo*. Diakses pada 4 Desember 2024, dari <https://binus.ac.id/malang/2017/09/5-prinsip-logo/>
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*. USA: Clark Baxter.
- Lukito, W. (2013). Perancangan Buku Fotografi Tentang Ruang Publik Di Kota Bandung.
- Malik, K. (2016). KAPITA SELEKTA DESAIN (Suatu Pengantar dalam Perkembangan dan Pengaruh Desain). Kota Padang Panjang: LPPMPP ISI Padangpanjang.
- Namugenyi C., Nimmagadda S. L., Reiners T. (2019). Design of a SWOT Analysis Model and its Evaluation in Diverse Digital Business Ecosystem Contexts. *Procedia Computer Science* : Vol. 159, 1146/SSN 1877-0509.
- O'Reilly. (2023). *This is Service Design Methods*. O'Reilly Media, Inc. : California.
- Parmono, K. (2013). Nilai kearifan lokal dalam batik tradisional Kawung. *Jurnal Filsafat*, 23(2), 134-146.
- Pham, V. (2014). *Impact of Corporate Visual Identity on Consumer's Perception of a Brand*. Finland: Turku University of Applied Sciences.
- Prabawa, B. (2023). Studio Manajemen Desain 4 Consumer Insight [Presentasi PowerPoint].

- Purnamasari, I., Winarno, A., Irawan, D., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 68-68.
- Rusli, V. Y., & Pradina, Y. D. (2021). AISAS Model Analysis of General Insurance Company Strategy using Instagram (Study at PT Asuransi Tokio Marine Indonesia). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 98-107.
- Rustan, S. (2011). *Mendesain LOGO*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rustan, S. (2021). *Logo 2021: Buku 1*. CV. Nulisbuku Jendela Dunia: Jakarta.
- Sebayang, L. (2016). Keragaan eksisting tanaman aren (*Arenga pinnata Merr*) di Sumatera Utara (peluang dan potensi pengembangannya). *Jurnal Online Pertanian Tropik*, 3(2), 133-138.
- Shepherd, L. (2013). *Market Smart: How to Gain Customers and Increase Profits with B2B Marketing*. New York: Authorhouse.
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*, 5(2), 561-570.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual - Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam identifikasi mutu pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. PT Remaja Rosdakarya Offset: Bandung.
- Tanwar, R. (2013). *Porter's Generic Competitive Strategies*. *IOSR Journal of Business and Management*, 11-17.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. C.V Andi Offset: Yogyakarta.
- Wiraprasasta, A., Arumsari, R. Y., & Komariah, S. H. (2023). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK COPENHAGEN MEDIA. *eProceedings of Art & Design*, 10(5).
- Wirdamulia, A. (2019). *Strategi Pengelolaan Makna Merek*.