



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design choosing among five approaches* (3rd Ed.). USA: SAGE Publications Ltd.
- Gani, K., & Yuswohady. (2015). *8 wajah kelas menengah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaprefer, J. (2012). *The new strategic brand management*. Boston: Clark Baxter.
- Landa, R. (2014). *Graphic design solution (5th Ed.)*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Putra, N., & Hendarman. (2013). *Metode riset campur sari*. Jakarta: Indeks.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span development*. (B. Widyasinta, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team (5th Ed.)*. New Jersey, USA: John Wiley & Sons.

Jurnal

- Adiasih, P., & Brahmana, R. K. M. R. (2015). Persepsi terhadap makanan tradisional jawa timur: Studi awal terhadap mahasiswa perguruan tinggi swasta di surabaya. *Kinerja*, 19(2), 112-125. Diambil pada September 15, 2021, dari <https://media.neliti.com/media/publications/163422-ID-none.pdf>
- Chen, M. L. (2010). The study of brand rebuilding. *The Journal of Global Business Management*, 3(1). Diambil pada Januari 6, 2022, dari <http://www.jgbm.org/page/15%20Chen%20ML.pdf>
- Giantara, M. S., & Santoso, J. (2014). Pengaruh budaya, sub budaya, kelas sosial, dan persepsi kualitas terhadap perilaku keputusan pembelian kue tradisional oleh mahasiswa di surabaya. *Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 111-126. Diambil pada September 18, 2021, dari <https://www.neliti.com/publications/85316/pengaruh-budaya-sub-budaya-kelas-sosial-dan-persepsi-kualitas-terhadap-perilaku#cite>

Rahmawaty, U., & Maharani, Y. (2013). Pelestarian budaya indonesia melalui pembangunan fasilitas pusat jajanan tradisional jawa barat. *Senirupa dan Desain*. 1, 1-8. Diambil pada September 25, 2021, dari <https://media.neliti.com/media/publications/244243-none-48aa6365.pdf>

Internet

Chiquita Pastry. (n.d.). *About us*. Chiquita Pastry.

http://www.chiquitapastry.com/about_us_chiquita_pastry.html

Kue. (2021, 11 Juli). Dalam *Wikipedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kue>

Syamsiah, M. N. (2019, September 19). *Food bite: Jajanan pasar, simbol manis pemersatu bangsa*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanfood/food-bite-jajanan-pasar-simbol-manis-pemersatu-bangsa-1rtQNMRD5NK/full>

Wonderful Indonesia. (n.d.). *Pedoman aplikasi brand & design wonderful indonesia*. Indonesia Travel.

<https://www.indonesia.travel/content/dam/indtravelrevamp/en/brand-guidelines/brand-guideline.pdf>

Zoso, D. (2016, Oktober 14). *Endless probolinggo – destination branding*. Behance. <https://www.behance.net/gallery/69861177/Endless-Probolinggo-Destination-Branding>

Zulfikar, R. (n.d.). *Pedoman aplikasi brand & desain pariwisata sulawesi selatan*. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan. <http://disbudpar.sulselprov.go.id/uploads/info/e41299e64da2c46e8075c2b138cc9535.pdf>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A