

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiasari, D. (2024, Januari Minggu). *Gading Serpong Jadi Kawasan Elit Properti dalam 10 Tahun, Bagaimana Prospeknya Kini?* Retrieved from Detik Properti: <https://www.detik.com/properti/berita/d-7164417/gading-serpong-jadi-kawasan-elit-properti-dalam-10-tahun-bagaimana-prospeknya-kini?>
- Amy Graver, B. J. (2012). *Grids And Page Layout*. Rockport Publishers.
- Atik Emilia Sula, K. N. (2021). Analisis Bisnis dan Tren Konsumsi Masyarakat Kabupaten Bangkalan Terhadap Frozen Food pada masa Pandemi Covid-19. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-ilmu Ekonomi*, 53.
- Attin Rizqita Iffada, A. Z. (2024). Pemetaan Model AISAS Dalam Kampanye Film Pengabdi Setan 2. *Jurnal Desain*, 307.
- BakmiGM. (2025). *About/Our Story*. Retrieved from Bakmi GM: <https://www.bakmigm.com/about>
- Bernadheta Murni Kusuma Pratiwi¹, A. W. (2023). Pengaruh Viral marketing melalui media sosial (Instagram dan Tiktok) dan Kepercayaan Konsumen terhadap keputusan pembelian pada Bittersweet by Najla. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 838.
- Bowdery, R. (2008). *Copywriting*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Carter, L. (2025). *Colors That Sell*. Luna Carter.
- Chernev, A. (2017). *Strategic Brand Management 2nd Edition*. USA: Cerebellum Press.
- Delin, J. (2005). Brand Tone Of Voice : a linguistic analysis of brand positions. *Journal Of Applied Linguistics*, 10.
- Derina Holtzhausen, J. A. (2021). *Principles of Strategic Communication*. New York: Taylor & Francis.
- Dhita Hafizha Asri, N. E. (2025). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Periklanan, Promosi Penjualan, dan Peningkatan Engagement konsumen pada Tore Japanese Restaurant Batam. *Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*, 52-53.
- Dinda, S. P. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 75.
- Dr, E. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.

- Ekbote, D. N. (2023). Impact Of paid advertising on brand awareness on social media platforms. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 1352.
- Erik Kosteljik, K. J. (2020). *Brand Positoning : Connecting Marketing Strategy and Communicatons*. New York: Routledge.
- Erwin, R. R. (2024). *Pemasaran Digital Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fielding, D. (2022). *The Brand Book*. Britain: Laurence King Student & Professional.
- Junus Sinuraya, M. T. (2023). Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Frozen Food Dapoer Mama Ana Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Kota Medan Sumatera Utara. *Jurnal Masyarakat*, 27.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. England: Pearson Education Limited.
- Kevin Budelman, Y. K. (2019). *Brand Identity Essentials*. USA: Beverly, Massachusetts.
- Kevin McTigue, D. D. (2021). *The Creative Brief Blue Print*. Book Baby.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson Education.
- Lalaounis, S. T. (2021). *Strategic Brand Management And Development*. New York: Routledge.
- Landa, R. (2010). *Advertising by Design*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solution*. USA: Clark Baxter.
- Landa, R. (2022). *Strategic Creativity*. New York: Routledge.
- Landa, R. (n.d.). *Graphic Design Solution*.
- Larry D, K. K. (2022). *Advertising Management in a Digital Environment*. New York: Routledge.
- Larry D, K. K. (2023). *Advertising Media Planning*. New York: Routledge.
- Maranatha, U. K. (2022). International Conference on Chinese Diaspora in Southeast Aisa Studies. *Socio Cultural Research Of the Chinese Diaspora in Southeast Asia* (p. 109). Bandung,Indonesia: MCU press.
- Muhammad Mikail Yusuf Kamal, G. R. (2025). Waktu dan ekonomi : Pola Habitualitasi Mahasiswa Dalam KONDumsi Mie Ayam. *Jurnal Kajian Sosiologi* , 34.

- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan media*, 131.
- Pramiswara, G. A. (2021). Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual dalam Promosi Budaya. *Jurnal Komunikasi Danapati*, 128.
- Samara, T. (2002). *Making And Breaking the Grid*. United States : Rockport Publishers.
- Sinta Maryana, B. P. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal TECHNOBIZ*, 63.
- Slade-Brooking, C. (2016). *Creating a Brand Identity*. London: Laurence King Publishing.
- Tirtta, A. (2022). Studi Literatur : Kesisinambungan Antara Implementasi Model AISAS Dengan Kode Etik Arsitektur Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi* . Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama .
- Webb, J. (2020). *Design Principles for Photography 2nd Edition* . New York: Routledge.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity 5th edition*. Canada: John Wiley & Sons.
- Wheeler, A. (2024). *Designing Brand Identity*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

