

## DAFTAR PUSTAKA

- Astari, H.V.D. & Nurusolih, S. (2021). BRAND AKTIVASI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS SEPATU MEREK HIRKA ASAL KOTA BANDUNG. *Jurnal Penelitian* 8(2). 89-96
- Arifin S., & Adi K. (2009). Sukses Menulis Buku Ajar dan Rerefensi. Jakarta: Grasindo.
- DeWitt, J. (2001). *Cool Cars, High Art: The Rise of Kustom Culture*. Canada: University Press of Mississippi.
- El Chidtian, A. S. C. R., & Romadhona, M. (2022). “PERANCANGAN RE-BRANDING OIKIO SURABAYA”. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, Vol. 7 No. 2, 187-200.
- Fahmi, Irham. (2013) Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi. Bandung: ALFABETA.
- Ghazali, Z. (2015). PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA CONDET. Yogyakarta: Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Goestien, C. S. & Ratri, D. (2023). PENGARUH ELEMEN VISUAL PADA RUANG MINI MUSEUM ATSIRI SARINAH JAKARTA TERHADAP PENGALAMAN PENGUNJUNG. *Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior*. 11(2), 125-133
- Halim, S., & Sthepanus H. (2019). BENGKEL CUSTOM MOTOR. *Jurnal Reka Rancang*. 1(2), 1735-1747. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jstupa/article/view/4386/4635>
- Hendri Ma’ruf. 2005. Pemasaran Ritel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khaatimah, H. & Wibawa, R. (2017). EFEKTIVITAS MODEL PEMBELAJARAN COOPERATIVE INTEGRATED READING AND COMPOSITION TERHADAP HASIL BELAJAR. *Jurnal Teknologi Pendidikan*
- Liembawati, Y., & Dharmayanti D. (2014). ANALISA PENGARUH *BRAND ACTIVATION* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND COMMUNITY* PADA PT ISM BOGASARI FLOUR MILLS. *Jurnal manajemen Pemasaran Petra*. 2(1), 1-15
- Mustaqim, Ilmawan. (2016). PEMANFAATAN AUGMENTED REALITY SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*. 13(2), 174-183
- Puspitarini, D.S., & Reni N. (2019) PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Penelitian*. 3(1). 71-80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>

- Putra, R.W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dan Penerapannya. Yogyakarta : Penerbit andi
- Pudjiastuti, W. (2010). Special Event. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purwaningrum, Atiq. 2008. Perancangan Visual branding Kabupaten Purbalingga Melalui Media Desain Komunikasi Visual. Karya akhir tidak di terbitkan. Surakarta: Fakultas Satra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Paksi, D.N.F. (2021). WARNA DALAM DUNIA VISUAL. *Jurnal Seni* 1(2). 90-97
- Rosaliza, M. (2015) WAWANCARA, SEBUAH INTERAKSI KOMUNIKASI DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Ilmu Budaya*. 11(2). 71-79
- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama.
- Sari, Dewa & Suryani, Alit. (2013). PENGARUH MERCHANDISING, PROMOSI DAN ATMOSFIR TOKO TERHADAP IMPULSE BUYING. *Jurnal Penelitian*, 851-867. Chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/24524-none-1b99a824.pdf
- Sutanto, S., Budiwaspada, A., & Rudiyanto, G. (2020). MERCHANDISE SEBAGAI PENDUKUNG VISUAL BRANDING UNTUK KEKAYAAN INTELEKTUAL LOKAL. *Jurnal Seni & Reka Rancang*. 2(2), 231-242. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/download/8236/5938/25000>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sari, M. S. & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi* 21(3). 308-315
- Turner, R., & Williams, R. (1993). Kustom Kulture : Von Dutch, Ed Big Daddy Roth, Robert Williams and Others, SAN Fransisco : penerbit Last Gasp of SAN Fransisco
- Trisnawati, T.Y. (2011) Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal Penelitian*. 111(1), 36-47
- Thiel, J. (2013). In J. Thiel, Behavioral Brand Loyalty and Brand Associations (pp. 67-72). Science Direct
- Tiffany, & Pradina, Y. D. (2021). Analysis of Brand Activation and Digital Media on theExistence of Local Product based on Korean Fashion (Case Study on Online

- Clothingbyeol.thebrand). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*,5(7),115–125. <https://doi.org/2378-703X>
- Vallino, James R. (April 1998). *INTERACTIVE AUGMENTED REALITY*. Rochester, New York: University of Rochester. hlm. 6–8.
- Wicaksono, M.S., & Winarno (2023). *MOTOR CUSTOM SEBAGAI WADAH BERESKPRESI*. *Sakala Jurnal Seni Rupa Murni*. 4(1), 19-31
- Walandouw J.A., Frederik G.W., & Rudi W. (2022) *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA PADA RUMAH ALAM MANADO ADVENTURE PARK*. *Jurnal Seni & Reka Rancang*. 10(1) 340-349. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37809>
- Wijaya, P.Y. (2004). *TIPOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 1(1).
- Wallace, Steve. 2012. *Brand Activation: Bringing Brands to Life!*. [http://www.brandactivation.ca/brand-activationtrade.html ]
- Yani, A.R., & Nisa, D.A. (2018) *Merancang Iklan, Implementas DKV Dalam Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Yanti, F. (2015). *PERANCANGAN VISUAL BRANDING KOTA SAWAHLUNTO*. Padang: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang
- Yusuf, F. (2016). *OPTIMALISASI PROGRAM BRANDING DAN AKTIVASI MEREK DI ERA DIGITAL*. *Jurnal Komunikasi* 7(1). 7-13