

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York. New York: Free Press.

Cenadi, C. S. (1999). Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana Vol. 1, No. 1*, 1-11.

Kusmiati, A. S., Pudjiastuti, & Suptandar, P. (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.

Morrison, M. (2005). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.

Pujiyanto. (2005). *Strategi Pemasaran dalam Iklan*. Malang: Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang.

Sachari, A. (2005). *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga.

Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Website

<http://economy.okezone.com/read/2012/01/25/23/562919/memilih-media-promosi-yang-unik>. (dikutip pada tanggal 3 September 2013)

http://carapedia.com/pengertian_definisi_perusahaan_info2035.html (dikutip pada tanggal 10 September 2013)

<http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2116857-pengertian-identitas/> (dikutip pada tanggal 17 September 2013)