

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Ayesha, dkk. 2011. Impact Of *Brand image*, Trust, And Effect On Customer Brand Extention, Attitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty. *International Journal*. Vol. 1. No. 5. Economics and Management Sciences
- Baeva, D. Y. 2011. How Brand Strategy and *Brand communication* Contribute to Build Brand Equity: THE CASE OF NAVIGATOR. *Master Thesis in Marketing*. facultade de economia. universidade de Coimbra
- Bawangorengnabati.com [diakses 31 Maret 2019]
- Desi, N L. Elemen Visual Kemasan sebagai Strategi Komunikasi Produk., Vol. 6 no. 1. edisi April 2013. Dosen Desain Komunikasi Visual. Fakultas seni rupa dan desain ISI Denpasar.
- Dwijayanti, I. P. Dkk. Strategi *Brand communication* PT. Puncak Keemasan Dunamis Indonesia dalam Membangun Awareness terhadap Produk Animasi Beakbug. *Jurnal*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Udayana
- Fajrianthi, Zatull Farrah. 2005. Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal INSAN*. Vol.7. No.3. Universitas Airlangga
- Hermawan, Agus. 2003. Komunikasi Pemasaran. Erlangga. Jakarta
- KBBI edisi ke-5 [diakses Minggu, 31 Maret 2019]
- Kusumawardani, P. A. 2014. Strategi *Brand communication* Dalam Membangun Awareness Rumah Makan Seafood D'cost Surabaya. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya
- Kusno, Fera, Amanda Radityani & Monika Kristanti. 2007. Analisa Hubungan Brand Strategy yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill dan Brand Equity Yang Sudah Diterima Konsumen. *Jurnal perhotelan*. Vol.3. No.1. Universitas Kristen Petra
- Moleong, L. J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Morissan., 2010. Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2013. Strategi semut melawan gajah: untuk membangun brand personal, produk dan perusahaan. Gramedia. Jakarta
- Ratri, L. E. 2007, Hubungan Antara Citra Merek (*Brand image*) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna

- Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Saeed, Rashid, dkk. 2015. Brand Activation: A Theoretical Perspective. *An International Peer-reviewed Journal* Vol.13
- Shimp, T. A. 2003. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Surachman, S. A. 2008. Dasar-dasar Manajemen Merek. Bayumedia Publishing. Malang
- Sarastuti, Dian. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal visi komunikasi a* Vol. 16. No. 1. Universitas Mercubuana
- Susetyarsi, T. H. 2012. Membangun *Brand image* Produk melalui Promosi Event Sponsorship dan Publisitas. *Jurnal*. Vol 4. No 1. Edisi Februari. ISSN : 2252-7826. STIE Semarang
- Yusuf, Faif. 2016. Optimalisasi Program Branding Dan Aktivasi Merek Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*. Volume VII Nomor 1. Akademi Komunikasi BSI Jakarta
- <https://jatimplus.id/jadi-penyangga-nasional-produksi-bawang-merah-nganjuk-capai-120-ribu-ton/> [diakses 3 April 2019]
- [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/23731890cdc8189968cf15105c651573.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/23731890cdc8189968cf15105c651573.pdf) [diakses 12 Juli 2019 ]
- <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/dra-wening-sahayumpd/metodologi-penelitian.pdf> [diakses 12 Juli 2019 ]
- <https://winstarlink.com/definisi-brand-communication-komunikasi-merek/> [diakses 10 Juni 2019]
- <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/02/05/1108097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia> [diakses 30 September 2019 ]
- <https://www.google.co.id/amp/s/pakarkomunikasi.com/strategi-komunikasi-pemasaran/amp> [diakses 16 Oktober 2019]
- <https://www.uin-malang.ac.id/r/100601/jenis-dan-metode-penelitian-kualitatif.html> [diakses 12 Juli 2019 ]