

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. (2014). *Aaker on Branding, 20 Principles That Drive Success*. New York: Morgan James Publishing.
- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Babbie, E. (2011). *The Basics of Social Research, Sixth Edition*. United States of America: SAGE Publications Inc.
- Babbie, E. (2017). *The Basics of Social Research Sixth Edition International Edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. United States of America: SAGE Publications Inc.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. (2000). *Handbook of Qualitative Research, 2nd edition*. United States of America: SAGE Publications Inc.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. (2018). *Handbook of Qualitative Research, 5th edition*. United States of America: SAGE Publications Inc.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Surabaya: Media Nusa Creative.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Delhi: New Age International.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Inggris: Pearson.

Sanyoto, S. T. (2015). DEKAVE Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Capspenerbit.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Zainudin, A. (2021). Tipografi. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Żyminkowska, K. (2019). *Customer Engagement in Theory and Practice a Marketing Management Perspective*. Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.

Jurnal

Ainun, N., dkk. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun *Branding* Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Jurnal Syariah*, Vol. 6, No. 1.

Fahimah, M., & Ningsih L. A. (2022). Strategi *content Marketing* Dalam Membangun *Customer Engagement*. *Benchmark*, Vol. 3, No. 1.

Ichsan, & Ali. A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif. *Mustikolastika: Jurnal Pertunjukan & Pendidikan Musik*, Vol. 2, No. 2.

Irwan, & Sari, J. P. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Kopi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, Vol. 4, No. 1.

Kelly, M. (2017). *Analysing the complex relationship between logo and brand*. Macmillan Publishers: Place Branding and Public Diplomacy, Vol. 13, No. 1.

Kustiawan, W., dkk. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, Vol. 11, No. 1.

- Negm, E., & Passent T. (2015). *Investigating the Impact of Visual Design on Consumers' Perceptions towards Advertising*. International Journal of Scientific and Research Publications, Vol. 5, No. 4.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling *Snowball* dalam Penelitian Lapangan. ComTech, Vol. 5, No. 2.
- Oscario, A. (2014). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Vol. 4, No. 1.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). Jurnal Common, Vol. 3, No. 1.
- Pradika, M. D. A., dkk. (2020). Kajian Ilustrasi, Tipografi, Dan Warna Dalam Membentuk Estetika Pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi *Dark Chocolate* Bali. Jurnal Seni Rupa dan Desain, Vol. 24, No. 2.
- Rohadian, S., & Amir M. T. (2019). Upaya Membangun *Customer Engagement* Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus: *online shop* yang menjual produknya sendiri). Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry, Vol. 2, No. 4.
- Wardani, N. K. (2022). Perspektif Desain Komunikasi Visual Pada Feed Instagram Produk Skincare Sebagai Membentuk *Brand Identity* Studi Kasus Pada Akun Instagram Produk Sensatia Botanicals @sensatiabotanicals.
- Yudono, A., dkk. (2016). Perspektif Sosio – Kultural: Sebuah Kearifan Lokal dalam Perencanaan dan Perancangan Kota Makassar. Jurnal KPE, Vol. 20, No. 1.
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. Quanta, Vol. 2, No. 2.
- Zhafira, T., dkk. (2023). Pengaruh *Customer Engagement* dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada ESL Express Cabang

Soekarno Hatta Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, Vol. 2, No. 1.

Skripsi

Khairunnisa, N. A. (2022). Perancangan Desain *Feed* Instagram Yada Youth Sebagai Media Informasi. Universitas Dinamika.

Wicahyo, R. D. (2022). Pengaruh Komunikasi Visual, *Design Post*, dan *Advertising* Pada Instagram Terhadap Minat Beli Brand Uniqlo Indonesia. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta.

Zain, S. Y. (2022). Komunikasi Visual Dalam Pengembangan Bisnis Pariwisata Aero Travel Indonesia. Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung.

Media Online

Britama.com. (2023). Sejarah dan Profil Singkat UNTR (United Tractors Tbk). <https://britama.com/index.php/2012/06/sejarah-dan-profil-singkat-untr/> (diakses pada 12 Januari 2024 13:27 WIB).

Pratama, R. A. (2015). EMITEN ALAT BERAT: Persaingan Terkonsentrasi di Sektor Konstruksi. <https://market.bisnis.com/read/20150119/191/392279/emiten-alat-berat-persaingan-terkonsentrasi-di-sektor-konstruksi> (diakses pada 02 Juli 2024 16:52).

Unitedtractors.com. (2023). Sekilas Perusahaan. <https://www.unitedtractors.com/sekilas-perusahaan/> (diakses pada 12 Januari 2024 14:03 WIB).