

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). PREFERENSI KONSUMEN GENERASI Z TERHADAP KONSUMSI PRODUK DALAM NEGERI. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2).
- Barry, C. (2021). Comfort Foods.
- Compas. (2021, February). *Potensi Market Kategori Roti Kue di E-commerce*. Retrieved from Kompas: [compas.co.id](https://www.kompas.com)
- Darmawanto, E. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual*. UNISNU PRESS.
- Haryadi, T. (2020). PANDUAN KONSEP MEDIA. *RUPAKA Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*.
- Holotová, M. (2020). RETRO MARKETING – A POWER OF NOSTALGIA WHICH WORKS AMONG THE AUDIENCE. *Communication Today*, 11(2).
- Karyadi, B. (2017). *FOTOGRAFI: Belajar Fotografi*. Bogor: NahlMedia.
- Kustiawan, I. (2019). Membuat Poster.
- Kusuma, A. H. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Landa, R. (2013). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Nurannisaa P.B, S. (2014). *GSM (Graphic Standard Manual)*.
- Pangesthi, L. T. (2022). *PASTRY*. Klaten, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Prasetyorini, A. (2018). ANALISIS POSITIONING BRANDING “BACK TO NATURE” LARISSA AESTHETIC CENTER PONOROGO DENGAN PENDEKATAN BAURAN PROMOSI. *REPOSITORY Muhammadiyah University of Ponorogo*.
- Sari, N. L. (2013). ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK. *SINTA*, 6(1).
- Vogue Business, P. f. (2021, August 20). *Gen Z Shopping Trends Uncovered*. Retrieved from Vogue Business: [voguebusiness.com](https://www.voguebusiness.com)

Yudianita, T. (2020). PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY UMKM  
BOLU UMMI. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1(1).