

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Alma, H. B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Rustan, S. (2009). *Font dan Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2009). *Layout*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

### Sumber Tesis atau Disertasi

- Afthoni, R. (2020). *Perancangan Ulang Identitas Visual Desa Wisata Lerep dan Aplikasinya Pada Media Promosi Sebagai Upaya Membangun Destination Branding*. (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Larasati, D. (2019). *Pengaruh Penerapan Segmentasi Pasar Berdasarkan Geografis, Demografis, Psikografis, dan Perilaku Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Minat Nasabah Melalui Produk Tabungan Emas (Studi di Pegadaian Syariah KCP Raden Intan)*. (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Yunita, S. (2008). *Analisis Positioning Produk Hand and Body Lotion Citra Di Kabupaten Gresik*. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

### **Sumber Artikel Internet/ Jurnal**

- Agustina, W., Indonesia, L. I. P., & No, J. K. T. (2011). Teknologi Pengemasan, Desain, dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan. *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Subang.*
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 1-14.
- Cenadi, C. S. (2004). Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1).
- Fauzi, I. A., & Mulyani, A. (2017). Perancangan Sistem Informasi Kuliner Di Brother Caffe Berbasis Web. *Jurnal Algoritma*, 14(2), 384-391.
- Gumilar, G. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 5(2).
- Kasmana, K. (2010). Tren Gaya Visual Logo dan Pengaruhnya Terhadap Keabadian Penggunaan. *Visualita*, 2(1), 266959.
- Kurniawan, I. (2009). Desain dan Perubahan Budaya Masyarakat. *Visualita*, 1(1), 266949.
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna Dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- PERANCIS, P. B., & Munasik, M. (2016). Bentuk dan Fungsi Gaya Bahasa Pada Pidato François Hollande. *Uny-Fle*, 5(4).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Said, A. A. (2017). Mendesain Logo. *Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.*
- Sihombing, W. (2017). Tinjauan Hukum Tanggung Jawab Produsen Atas Produk Yang Tidak Memenuhi Standar Nasional Indonesia. Dikutip dari <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/138> (diakses: 13 Mei 2021)
- Yendi, F. M., Ardi, Z., & Ifdil, I. (2014). Counseling Services For Women In Marriage Age. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 2(3), 31-36.

Zaimar, O. K. S. (2010). Majas dan Pembentukannya. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 6(2), 45-57.

### **Sumber Situs Web**

Fikriyah, H. (2020). *Hidup Bermanfaat Laksana Lebah*. Diakses dari:  
<https://www.youngtop.com/read/196552/hidup-bermanfaat-laksana-lebah/>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (n.d.) *Subsektor Ekonomi Kreatif*.  
Diakses dari: <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif> (27 Februari 2021)