

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Amalia, Maulana. (2009). *Consumer Insight Via Ethnography*. Jakarta: Erlangga.

Arifin dan Kusrianto. (2009). *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia

Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2005) *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.

Hurlock, Elizabeth B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Notoatmodjo, Soekidjo (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia

### **Jurnal**

Albar, D. (2011). Struktur dan Proses Komunikasi dalam Poster Pemanasan Global Vicot Van Gasbeek. *Jurnal Visualita* 1(3), 34-42.

Endang Widjajanti, Laksono. (1998). Meramalkan Zat Pewarna dengan Pendekatan Partikel dalam Kotak I-Dimensi. *Cakrawala Pendidikan* 1 (17), 41-42

Kurniawan, I. (2009). Desain dan Perubahan Budaya Masyarakat. *Visualita*, 1(1), 266949.

Sari, C. A. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*. Vol. 4. No. 2 (205 – 216).

Wibowo, Setyo Ferry & Maya Puspita Karimah. (2012). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian sabun lux (survei pada pengunjung mega bekasi hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Jakarta. Vol 3, No. 1.

#### **Artikel Internet**

Denny Iswanto. (2018). *Belanja Online Banyak Aduan, Shopee Mengaku Sudah Siapkan Sistem Perlindungan Konsumen*. Diambil dari: <https://akurat.co/belanja-online-banyak-aduan-shopee-mengaku-sudah-siapkan-sistem-perlindungan-konsumen> (10 Desember 2021)

D. Peterson, “Why Does the Rule of Thirds Work?,” 2012. Diambil dari: <http://www.digital-photo-secrets.com/tip/2742/why-does-the-rule-of-thirds-work/>.