

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.B.Susanto, Himawan Wijarnako. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis&Manajemen.
- [2] Armstrong, dan Kotler. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- [3] Creswell, J.W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Dahuri, Rokhmin, dkk.1996. *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- [5] Hendratman, Hendi (2014). *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- [6] Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi.
- [7] Nathalia, Kirana & Lia Anggraini S. (2004). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- [8] Neumeier, Marty. 2003. *The Brand Gap*. Edisi kedua. New Riders Publisher
- [9] Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- [10] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*: Alfabeta CV.
- [11] Suwanto, G. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Adi.
- [12] Yahya, Arief . 2012. *Paradox Marketing*. Jakarta : Gramedia.