

## Daftar Pustaka

- Collins, Tim. (2014). *100 Ways to Create a Great Ad*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Darnaprawira, Sulasmi. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Drewniany, Bonnie L. dan A. Jerome Jewler. (2008). *Creative Strategy in Advertising*. USA: Thomson Wadsworth.
- Gobe, Marc. (2005). *Emotional Branding*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell dan William Wells. (2018). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morrisan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muljono, Ryan Kristo. (2019). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Steele, V. (2005). *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. Farmington Hills: Thomson Gale.
- Sugiyama, Korato dan Tim Andree. (2011). *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management & Strategy*. ANDI: Yogyakarta.
- Yunus, Ulani. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Wahyudi, Nanang dan Sonny Satriyono. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Widnyana, I Gusti Nyoman dan Ni Nyoman Sriwitari. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## Sumber lain

- Alawiyah, Millah. (2019). *Eksplorasi Teknik Crochet dengan Inspirasi Bunga Patrakomala untuk Produk Fesyen*. Diakses pada 2 Oktober 2019, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/152103/slug/eksplorasi-teknik-crochet-dengan-inspirasi-bunga-patrankomala-untukproduk-fesyen.html>.
- Astiti, Nurjunida Dwi. (2016). *Penerapan Material Scuba Terhadap Material Rib sebagai Aplikasi Eksplorasi Teknik Tekstil pada Busana Ready to Wear*. Diakses pada 13 Juni 2020, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/117647/slug/penerapan-material-scuba-terhadap-material-rib-sebagai-aplikasi-eksplorasi-teknik-tekstil-pada-busana-ready-to-wear.html>.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2018). *Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif*, Vol 23. Diakses pada 2 Juli 2019, dari <http://www.bekraf.go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif>.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistical Yearbook of Indonesia 2018*. Diakses pada 10 September 2019, dari <https://www.bps.go.id/publication/2018/07/03/5a963c1ea9b0fed6497d0845/statistik-indonesia-2018.html>.
- Intan, Made, Deyana Wirata, dan Ira Wirasari. (2019). *Campaign of Woman's Self Confidence*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* Vol 197, h: 301–308.
- Kim, Young Sam dan Lee Jin Ah (2014). *Fashion Styles and Aesthetic Values represented in Bridesmaid dresses- Focused on Movie "27 Dresses"*. *Fashion & Textile Research Journal*. Vol 16 No. 6, h: 860–870.
- Kusno, Fera, Amanda Radityani dan Monika Krisanti. (2007). *Analisa Hubungan Brand Strategy*. *Jurnal Ekonomi*, Vol 3 No. 1, h:43-55.
- Septiana, Marta Gabriella. (2019). *Penerapan Motif Kain Ulos Tumtuman pada Busana Ready to Wear Deluxe*. Diakses pada 12 Juni 2020, dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/154829/slug/penerapan-motif-kain-ulos-tumtuman-pada-busana-ready-to-wear-deluxe.html>.