

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Effendy, Onong Uchjana. (2011). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda.

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Deepublish.

Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia*

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*, PT. Gramedia, Jakarta..

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.

Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Widya, L. A. D. & Darmawan, A. J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.

Sumber Jurnal Internet :

Azizah, G. N., & Siswanto, R. (2019). Perancangan Identitas Visual Brand Dan Promosi Museum Rumah Si Pitung. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).

Ishlahuddin, F., Mustikawan, A., & Siswanto, R. A. (2016). Perancangan Identitas Visual Dodol Khas Kecamatan Tenjo Kabupaten Bogor. *eProceedings of Art & Design*, 3(3).

Kurniati, R., Siswanto, R. A., & Sulistianto, N. (2020). Perancangan Media Promosi Objek Wisata Alam Karst Rammang-rammang Di Kabupaten Maros. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).

Mustika, W. F. & Astiti, D. P. (2017). Gambaran pengambilan keputusan remaja putri dalam berperilaku belanja online. *Jurnal Psikolog Udayana*, 4(2), 379-389.

Pratiksa, J. D., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Rebranding dan Public Relation terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Argo Cheribon Pt Kereta Api Indonesia

(persero) Daerah Operasi 3 Cirebon Tahun 2020. *eProceeding of Applied Science*, 6(2).

Putra, I. G. M. J. & Koesoemadinata, M. I. P. (2020). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Desa Wisata Ende di Lombok Tengah. *eProceedings of Art & Design*.

Yulianto, A. & Juliatin, M. (2020). Perilaku Konsumen Remaja Perempuan: Pengaruh Openness to Experience dan Agreeableness terhadap Gaya Perfectionistic/High quality Conscious.

Sumber Lain :

Kurniawan, A. (2021). *Pengertian Tipografi dan Menurut Para Ahli*. Gurupendidikan.co.id.

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/> (29 april 2021)

Sora, N. (2020). *Pengertian Media Promosi serta Tujuan, Fungsi, dan Contohnya di Sekitar Kita*. Pengertianku.net.

<http://www.pengertianku.net/2020/06/pengertian-media-promosi-septa-tujuan-fungsi-dan-contohnya-di-sekitar-kita.html> (16 april 2021)

Tashandra, N. (2018). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda Dan Wanita*. Lifestyle.Kompas.Com.

<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all#page2> (20 maret 2021)

Sumber Internet :

<https://kbbi.web.id/rancang-2> (13 april 2021)

<https://www.moz5salonmuslimah.com> (2 mei 2021)

<https://www.posbunda.com/nama-bayi/dian/> (21 juni 2021)