

## DAFTAR PUSTAKA

- Afkarani, Nur W., Anwar & Hermawan, Haris (2019). Analisis PLC (*Product Life Cycle*) Pada *Home Industry* Tas Pada Riin Bag Kecamatan Rambipuji Jember. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, Juli 2019, halaman 4-5.
- Anggraini S, Lia., & Nathalia, Kirana. (2018). Desain Komunikasi Visual; Dasardasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Penerbit Nuasa.
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendekia
- Antonius, Stevano dan Sama, Hendi. 2020. Studi Komparasi Bitmap Dan Vektor Terhadap Kualitas Digital Art: Case Study Deviantart Nabhan dan Pixeljeff1995. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, Volume 1 Nomor 1 Edisi Agustus 2020
- Ardhi, Y. (2013). Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Danial, AR., Endang dan Wasriah, Nana. Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboratorium Pkn UPI
- Darmawanto, Eko. 2019. Desain Komunikasi Visual II: Perancangan Identitas Visual. Jepara. Unisnu Press.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fatihudin, Didin dan Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan), Yogyakarta: CV. Budi Utama.

- Gumelar, R.G. (2014) Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes. *Jurnal Komunikasi*, Volume 2, Nomor 3, Mei - Agst 2014, halaman 51 – 57
- Harahap, Lulu R., dkk. 2020. Analisis Karakteristik Vector Art Pada Vectorina Medan Community Tahun 2019 Ditinjau Dari Elemen Visual. Gorga : Jurnal Seni Rupa, Volume 09 Nomor 01 Januari-Juni 2020.
- Hariyanti, Novi Tri dan Wirapraja, Alexander. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, Volume 15 No. 1 Juni 2018.
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2015). *Logo: Visual Asset Development*. (Ima,Ed.) (1<sup>st</sup> ed.). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kertamukti, R (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip (2009), Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane. 2013. “Strategic Brand Management Global Ed”. Boston: Pearson
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Jamira, Anaseputri dkk. 2021. Business Model Canvas (BMC): *Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 2021*, Universitas Muhammadiyah Jember, UM Jember Press 2021: 2015-214

- Joewono, Handito. 2012. *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Muallimah, Hadah. 2021. Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *KREATIF (Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif)*, Vol. 03 No. 02 Desember 2021
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Pribadi, Dedi dan Susilawati, Agnes D. 2018. Pengaruh Kemampuan E-Commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran. Volume 3, Nomor 1, Juni 2018: 15-20
- Puspita, Dyaloka, dkk. 2018. STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA KOTA BENGKULU Studi Unique Selling Proposition Program Visit 2020 Wonderful Bengkulu. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, Vol. 8 No. 1 February-July 2018
- Sanggra, Edwin dkk. 2019. Perancangan Ilustrasi Pada Board Game Mudik Untuk Keselamatan Berkendara. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, Vol.04No.02(September2019
- Septiningtyas, Azizah dan Soewardikoen, D. Widiatmoko. (2018) Perancangan Identitas Visual Dan Promosisirangan Banjarbaru. *Demandia*, Vol. 3. No. 1(Maret 2018): 1–18
- Soewardikoen, D. Widiatmoko. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2*. Yogyakarta: Calpulis.
- Soewardikoen, D. Widiatmoko. 2019. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

- Sriwitari, Ni Nyoman, Widnyana, I Gusti Nyoman. 2014. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Sudaryono. 2014. Budaya dan Perilaku Organisasi. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia
- Sugihartono, Ryan Pratama. 2015. Perancangan Buku Ilustrasi Manfaat Buah Dan Sayur Untuk Anak-Anak. *Jurnal e-Proceeding of Art&Design* : Vol.2, No.3, Desember 2015: 1099-1108.
- Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta
- Sukimin dan Sutandur. 2007. Terampil Berkarya Seni rupa 2. Solo: Tiga Serangkai.
- Sulianta, Feri. 2015. Keajaiban Media Sosial. Jakarta, Elex Media Kompetindo.
- Sumarwan, Ujang dan Tjiptono, Fandy. 2018. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. Bogor: IPB Press.
- Supriyono, Rachmat. (2010). Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. Andi.
- Susanto, Mikke. 2011. Diksi Rupa Kumpulan istilah dan Gerakan Seni Rupa. Edisi Revisi. Yogyakarta: DictiArt Lab, Yogyakarta & Jagad Art Space, Bali.
- Swasty, Wirania. 2016. “Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek”. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafikarani, Aisyi. 2018. Reaktualisasi Tato pada Iklan A Mild “You Will Figure It Out” dalam Membentuk Positioning Produk. *JURNAL DEKAVE*, VOL.11, NO.2, 2018
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2020. Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi OFFSET
- Untari, Dewi dan Fajariana, D.E. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *WIDYACIPTA: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Volume 2 No. 2 September 2018.

Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

Yusantiar, Renta dan Soewardikoen, D. Widiatmoko. (2018) Perancangan Identitas Visual Untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol. 04 No. 02 (2018)

#### SUMBER LAIN

Design Logo Service. Tips dan Trik Mendesain Logo yang Baik dan Efisien. Diakses pada <https://designlogoservices.com/tips-dan-trik-mendesain-logo-yang-baik-dan-efisien/> (27 Maret 2022, pukul 15:32) .

Harsono, Fitri H. 2019. Survei 2019, Orang Indonesia Lebih Doyan Camilan Ketimbang Makanan Berat. Diakses pada <https://www.liputan6.com/health/read/4145413/survei-2019-orang-indonesia-lebih-doyan-camilan-ketimbang-makanan-berat> (23 Maret 2022, pukul 22:51)

Satriadi, S., & Abdillah, M. A. (2021). Strategi Iklan Komersial Dalam Menarik Emosional Audiens. Diakses pada [https://www.academia.edu/49035766/STRATEGI\\_IKLAN\\_KOMERSIAL\\_DALAM\\_MENARIK\\_EMOSIONAL\\_AUDIENS](https://www.academia.edu/49035766/STRATEGI_IKLAN_KOMERSIAL_DALAM_MENARIK_EMOSIONAL_AUDIENS) (12 Juni 2022, pukul 12:38)

Tastewise.io. 2022. Ciinamon Bun Trend Analytics and Statistics. Diakses pada <https://www.tastewise.io/foodtrends/cinnamon%20buns> (23 Maret 2022, pukul 22:51).