

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andrew McNally. (2018). *Principles Of Design*.
- [2] Diarta, I. K. L. P. D. I. (2016). Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 4, 1–18.
- [3] Ekawardhani, Y. A., & Ganeshya Natagracia. (2012). Kajian Prinsip Pokok Tipografi (legibility, readability, visibility, dan clarity) pada Poster Film Beranak dalam Kubur The Movie dan Jelangkung. *VISUALITA*, 4(1), 87–99.
- [4] Irman Sufi Firmansyah. (2018, December 12). *Semerbak si 'emas hitam' membius dunia, 5 fakta sejarah Kopi Sukabumi gen XYZ mesti bangga*. SukabumiXYZ.
- [5] Lathifa, N., Aditia, P., Ds, S., Ds, M., Hidayat, D., & Sn, S. (n.d.-a). *PERANCANGAN BUKU BERGAMBAR PENGENALAN PERMAINAN TRADISIONAL JAWA BARAT DENGAN BATU SEBAGAI ALAT BERMAIN UNTUK ANAK*. www.ikapi.org
- [6] Lathifa, N., Aditia, P., Ds, S., Ds, M., Hidayat, D., & Sn, S. (n.d.-b). *PERANCANGAN BUKU BERGAMBAR PENGENALAN PERMAINAN TRADISIONAL JAWA BARAT DENGAN BATU SEBAGAI ALAT BERMAIN UNTUK ANAK*. www.ikapi.org
- [7] Maier, J., Kandelbauer, A., Erlacher, A., Cavaco-Paulo, A., & Gübitz, G. M. (2004). A New Alkali-Thermostable Azoreductase from *Bacillus* sp. Strain SF. *Applied and Environmental Microbiology*, 70(2), 837–844. <https://doi.org/10.1128/AEM.70.2.837-844.2004>
- [8] Mubarak, M. (2020, July 8). *Komponen Desain Grafis*. [Http://Fathimubarak.Blogspot.Com/2020/07/Komponen-Desain-Grafis.Html](http://Fathimubarak.Blogspot.Com/2020/07/Komponen-Desain-Grafis.Html).
- [9] Mujiatma, D. A. (2020). *PERANCANGAN VISUAL BRANDING SEBAGAI MEDIA PROMOSI MERBABU COFFEE SHOP KOPENG, SALATIGA*.
- [10] Mukhtar, S. N. M. (2015). PERANAN PACKAGING DALAM MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI TERHADAP KONSUMEN. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181–191.
- [11] Naufalina, F. E., Desain, J., Visual, K., & Kreatif, F. I. (n.d.). *Fariha Eridani Naufalina PERANAN UTAMA PADA ANYAMAN BAMBUNY SEBAGAI KEMASAN TELUR ASIN BREBES*.
- [12] Nissa eka anastiti. (2022). *wawancara ahli branding*.
- [13] Putra, R. P., & Razi, A. A. (2020). *Value Proposition of Instagrammable Digital Tourism in Forming Brand Identity*.

- [14] Riandra, C. N. De, & Islam, M. A. (2021). *Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry*. 2(2), 43–56.
- [15] Soedewi, S. (n.d.). *Identitas Visual Pada Signage System di Pusat Perbelanjaan Metro Indah Mall*. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/wacaciptaruang/index>
- [16] Soewardikoen, D. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (B. M. F. Anangga, Ed.; 1st ed.). PT Kanisius.
- [17] Sos, S., Si, M., & Penerbit : (n.d.). *SRI WAHYUNINGSIH DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- [18] *Statistik Kopi Indonesia 2019*. (n.d.).
- [19] Sudiana, D. (2001). Tipografi: Sebuah Pengantar. *MEDIATOR*, 2(2), 325–335.
- [20] Suryatman, R. (2021). *Wawancara Menitik kopi*.
- [21] Swasty, W., & Utama, J. (n.d.). *WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA WEBSITE*.
- [22] Ulita, N. (2019). Tinjauan warna pada visual branding. *Dimensi DKV*, 4(1), 205–223.
- [23] Wirawan, D. P. P. U. B. S. (2019). PERANCANGAN BRAND IDENTITY BAND COOL AND THE GANG. *Jurnal Imajinasi*, 13(1), 57–68.
- [24] Witabora, J. (2012). *Peran dan Perkembangan..... (Joneta Witabora)*.
- [25] Yusantiar, R., & Widiatmoko Soewardikoen, D. (n.d). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>