

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Anholt, S. (2007). *What is Competitive Identity?*. London: Palgrave Macmillan.
- Ihsan, F. (2013). *Dasar-dasar Kependidikan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2015). *LOGO Visual asset development*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Boston, MA: Pearson.
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit
- Andi. Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia
- P. Baines, C. Fill, and K. Page (2013). *Essentials of Marketing*. New York, NY: Oxford University Press.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Surianto. (2014). *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, D. W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2*. Yogyakarta: Calpulis.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Santoso, R. K., & Dewi, N. F. (2020, April). *Social Media Marketing's Influence on Customer Loyalty: A Case Study of Siloam Hospital*. In 3rd International Conference on Vocational Higher Education (pp. 224-232).
- Sugiyama, K., & Andre, T. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGrawHill.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supriyono, 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*.

- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Jakarta: Rosda.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Canada: Jogn Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New.
- Wahid, H. N. (2010). *Standar Mutu Sekolah Islam Terpadu*. Jaringan Sekolah Islam Terpadu, JSIT, Jakarta.

Sumber Jurnal

- Akbar, A. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3, 16-19
- Budiarto, S. 2013. Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co di Kandatel Jakarta. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 3(1), 13–24. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/103>
- Damara, S. L. 2019. Perancangan Identitas Visual Kampung 1000 Topeng Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness.
- Fadhila, C. 2017. Perancangan Ulang Identitas Visual Fabsstore Solo dan Aplikasinya pada Media Promosi. Tugas Akhir. Fakultas Bahasa dan Seni. Program Studi Desain Komunikasi Visual. Universitas Negeri Semarang: Semarang.
- Fitriani, Laily. (2014) Seni Kaligrafi: Peran dan Kontribusinya terhadap Peradaban Islam. *El-Harakah*, vol. 13, no. 1, 2011, doi:10.18860/el.v0i0.
- Gunawan, A. I. Pengaruh Brand Positioning terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar Pikiran Rakyat (Survey terhadap Pembaca Surat Kabar Pikiran Rakyat di Kota Bandung). *Edunomic*, vol. 1, no. 2, 1 Sep. 2013.
- Haiqal, M. K., Hidayat, S. 2017, Penerapan Identitas Visual Pada Media Promosi Website Wisata Kerajinan Rajapolah. *eProceedings of Art and Design*, Vol 2 Issue 2.
- Hariyanti N.T., Wirapraja A. 2018. Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, (15), 133-146.
- Harsanto, P. 2018. FOTOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV). *Imaji*. 15. 10.21831/imaji.v15i2.18298.
- Kusniadji, S. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- Resmadi, I., & Bastari, R. P. (2022). Workshop Perancangan Storytelling Untuk Pemanfaatan Konten Media Sosial Pada Komunitas Radio Depan Rumah. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(1), 45-58.

- R. Y. Arumsari and J. Utama, “KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM”, *bahasarupa*, vol. 2, no. 1, pp. 52-58, Oct. 2018.
- Rufaedah, E. A. 2020. PERANAN PENDIDIKAN AGAMA DALAM KELUARGA TERHADAP PEMBENTUKAN KEPERIBADIAN ANAK-ANAK. *Counselia; Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 1(1), 8–25.
- Safitri, Q. N. 2020. Kepercayaan, Biaya Pendidikan, Lokasi terhadap Keputusan Orangtua
Menyekolahkan Anaknya di SD Alam. *Jurnal Universitas Nasional Jakarta*, 5-7.
- Semuel, H., & Wijaya, V. 2017. Analisis Kepercayaan, Motivasi Dan Kepuasan Orang
Tua Siswa Sma Kristen Petra 1 Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.1-10>
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. 2014. PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AVANZA TIPE G DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol2, No 1 (2014) Jurnal Strategi Pemasaran*, 2.
- Sitepu, S. J., Fadilla, A. N., & Lukito, W. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media
- Soedarso, Nick. 2014. Perancangan buku ilustrasi perjalanan mahapatih gajah mada. Volume 5 Nomor 2. *Visual Communication Design BINUS University*
- Swasty, Wirania, dan Jiwa Utama. 2017. WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK