

Daftar Pustaka

- A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan. Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danesi, Marcel. (2004). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gumulya, Devanny & Onggo, Talitha A. (2016), *Penelitian Persepsi Kemasan Produk Skin Care Wanita dengan Pendekatan Teori Semantik*, J. Vis. Art & Design, Vol. 8, No. 2, 2016, 119-152.
- Julianti, Sri. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Klimchuk, M.R. dan Krasovec, S.A. (2006). *Packaging Desain Successful Product Branding From Concept to Shelf*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons Inc.
- Klimchuk, M.R. dan Krasovec, S.A. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Putera, Dikmas F & Swasty, Wirania. (2017). *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual. Perancangan Identitas Visual Dan Pengaplikasian Pada Media Promosi Museum Sri Baduga*. Vol.03 No.02 (2017).
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, Wirania. (2017). *Serba Serbi Warna*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.