

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanariswari, K. A., & Hendariningrum, R. (2014). Desain Layout Dalam Iklan Cetak (Analisis Deskriptif pada Iklan di Majalah Kartini). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 259-266.
- Arenggoasih, W. (2016). PENGARUH BRAND COMMUNICATION, SERVICE QUALITY DAN BRAND PERSONALITY ANGGOTA DEWAN TERPILIH MELALUI BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PEMILIH (Studi Partai Politik Gerindra). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 123-135.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. The McGraw- Hill.
- Belfer, N. (2012). *Batik and tie dye techniques*. Courier Corporation.
- Gains, N. (2013). *Brand esSense: Using sense, symbol and story to design brand identity*. Kogan Page Publishers.
- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). *Perancangan Media Promosi Perusahaan*
- Kautsar, D. S., & Utami, W. N. (2017). Eksplorasi Teknik Shibori pada Pakaian Ready To Wear. *eProceedings of Art & Design*, 4(3).
- Kotler, P. (2002) *Marketing Management: The Millennium Edition*. Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Lovelock, C. (2011). *Services Marketing : People, Technology, Strategy*. India: Pearson.
- Kurniati, D. P. Y. (2016). *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal*. Universitas Udayana: Fakultas Kedokteran.
- Nurainun, N. (2008). Analisis industri batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 24399.
- Oktavia, F. (2019). Studi Komparatif Mengenai Word Of Mouth dan Minat Beli Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy dan Pempek Vico Palembang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 49-73.

- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Sositoteknologi*, 16(1), 28.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4).
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). Teori komunikasi.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2013. Metodologi Penelitian Visual. Bandung: CV Dinamika Komunika
- Sumargono, R. A. M. I. I., & Fadilla, A. N. (2015) Kampanye Olahraga Lari yang Aman untuk Mengurangi Risiko Cedera *Heat Stroke* di Kota Jakarta.
- Suprpto, T. (2009). Pengantar teori & manajemen komunikasi. Media Pressindo.
- Suyanto, M. (2005). Strategi Periklanan. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659-667.
- Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 207-220.

#### Sumber Internet

Nainggolan, Edward UP. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit.2020.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> (diakses tanggal 6 Mei 2021)

Suyanto, A. H. (2017). DESAIN WEB SITE. Copyright Asep Herman Suyanto.  
Diambil kembali dari Docplayer: <https://docplayer.info/35857394-Desain-web-site-copyrightasep-herman-suyanto.html>