

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, N., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). *Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan*. Universitas Dinamika.
- 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.
- Cenadi, C. S. (2004). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- customhomegroup.com. (2013). *THE PSYCHOLOGY OF COLOR: HOW TO CHOOSE COLORS FOR YOUR HOME*. <https://www.customhomegroup.com/>.
[https://www.customhomegroup.com/blog/psychology-of-color/#:~:text=Earth tones are also considered,living rooms and family rooms.](https://www.customhomegroup.com/blog/psychology-of-color/#:~:text=Earth%20tones%20are%20also%20considered,living%20rooms%20and%20family%20rooms.)
- Durianto, D. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif: Strategi, program dan teknik pengukuran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 203–213.
- Hartanto, M., Banindro, B. S., & Yulianto, Y. H. (2020). PERANCANGAN VISUAL BRANDING KUE KERING GOLDEN COOKIES di SURABAYA. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 9.
- Hereyah, Y. (2014). IKLAN MOBIL DI MEDIA CETAK ANALISIS ELEMEN COPYWRITING DAN VISUALISASI DI MAJALAH SWA. *Jurnal Visi Komunikasi Volume*, 13(02), 169–184.
- Hermawan, F. T. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan*

Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Karim, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan Versi “Axis Hits Bonus” Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Kartu Axis (Studi Pada Mahasiswa STIE Amkop Makassar). *Movere Journal*, 1(1), 1–13.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.

Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.

Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual, Edisi Kedua*. Andi, Yogyakarta.

Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2008). *Advertising Ed.8*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=IhZNDwAAQBAJ>

Nadhirah, A. A. H., Wirasari, I., & Nurbani, S. (2020). Perancangan Kampanye Kesehatan Pencegahan Alergi Pada Anak Dengan Metode 3k (kenali, Konsultasikan, Kendalikan) Di Kota Bandung. *EProceedings of Art & Design*, 7(2).

pergikuliner.com. (2021). *Kafe dan Tren Nongkrong Anak Muda*. Pergikuliner.Com. <https://pergikuliner.com/blog/kafe-dan-tren-nongkrong-anak-muda>

Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). Analisis Aisas (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. *EProceedings of Management*, 3(3).

Prawitasari, S. Y., & PAMUNGKAS, O. (2011). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*. Universitas Diponegoro.

- Prihantono, D. N. (2018). PEMASARAN DESTINASI BRANDING MELALUI AKTIVITAS BRAND ACTIVATION (Study Palembang TTI Expo 2017). *Jurnal Akrab Juara*, 3(2), 122–135.
- Puri, R. R. (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Parahyangan pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero)*. Fakultas Ekonomi Unpas.
- Rahastine, M. P. (2018). Analisa makna desain kemasan pada produk teh di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 72–78.
- Sari, M. K. (2015). Peranan Pemilihan Strategi dan Stilistika dalam Iklan di Televisi. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 11(1), 19–30.
- Satria, H. W., & Agustine, D. K. (2019). Tinjauan Alur Kerja Copywriter Divisi Konten Suitmedia dalam Industri Kreatif Pemasaran Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(1).
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Sukendro, G. G., & Pandrianto, N. (2019). Diagnosa Komunikasi Brand Activation Dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 92–107.
- Supriyono, R. (2010). *Desain komunikasi visual teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tinarbuko, I. T. S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS.
- Virgorine, D. V., Utama, J., & Sumargono, I. (2019). Perancangan Promosi Sepatu Bata Power Connect Balance. *EProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Virya, K. A. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHIMON.

PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Vol, 3.

Zoneri, R., Nurusholih, S., & Aulia, R. (2021). Perancangan Strategi Promosi The Breeze Coffee Kota Lhokseumawe. *EProceedings of Art & Design*, 8(3).