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 Sosioteknologi, 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.

Suprapto, 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