

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Bayu. (2017). *LKP: Perancangan Media Promosi PAUD Nirmala Sidoarjo Jawa Timur Melalui Media Brosur* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Ariprahara, G. (2012). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang *Wall Painting*. *visualita*, 3.
- Fajar, A. (2017). Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) pada PT Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi*, 8(3).
- Franks Jefkins, Periklanan, terj. Haris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1997), 15.
- Gufron, A. D. (2022). *Pengaruh Atention, Interest, Desire, Action dalam media informasi dan sosial terhadap keputusan pembelian Supermi di Swalayan Aneka Jaya Smart Jepara secara parsial maupun secara simultan* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Huda, Arifin. M., Wirasari, I., & Nurbani, S. (2019). Perancangan Promosi Samsung Galaxy A6. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2012). Principles of Marketing. Global Edition,.14Edition, Pearson Education.
- Manurung, C. O., dan Karneli, O. (2018). Pengaruh Bauran Promosi dan Citra Merek terhadap Minat Konsumen pada Alpha Hotel Pekanbaru. *Jom Fisip*. Vol.5,No.1,Hal.110.<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/17304/16716>. Diakses pada 2 Agustus 2019.
- Moriarty, Sandra, DKK. 2011. Advertising. Jakarta: Prenadamedia Group
- Noor, H. (2019). *Perancangan Visual Branding Pada Produk Krips Sebagai Media Promosi Pemasaran* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

- Poulin, Richard. (2018). *Design School Layout*. USA: Quarto Publishing Group.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 104-115.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 272-279.
- Rochmawati, Irma. (2020). 04-Unsur-unsur Desain.
- Rusby, Z., Bakhri, B. S., & Rozi, S. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 14(2), 222-241.
- Rustan, Suriyanto. 2017. Huruf Font Tipografi Edisi 2017. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, Abdul. Aziz. (2006). Unsur-Unsur Desain.
- Sugiyama, Kataro. Andree.(2011). *The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, United Staffed: McGraw Hill Professional.
- Suyasti, W. (2018). Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : PT CV Rodaskarya.
- Wahyuningsih, S., & Sos, S. (2015). Komunikasi visual.
- Wahyuningsih, Sri. "Desain Komunikasi Visual". Madura : UTM Press. 2013. Hal 11
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 14-24.