

Daftar Pustaka

- Assauri. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Identity Design Terhadap Proses Pembentukan Brand Awareness Studi Kasus Nordhenbasic*. 13–26.
- Azani, M. A. N. (2021). *Sejarah dan Keistimewaan Tapis Lampung Kain Tradisional Khas Masyarakat Lampung*. Mijil.Id. <https://mijil.id/t/sejarah-dan-keistimewaan-tapis-lampung-kain-tradisional-khas-masyarakat-lampung/3569>
- Budi, F., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya terhadap Brand Identity TikTok. *Jurnal E-Komunikasi*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10885>
- Disemadi, H. S., & Romadona, H. G. (2021). Kajian Hukum Hak Pencipta Terhadap Desain Grafis Gratis Yang Dipergunakan Kedalam Produk Penjualan Di Indonesia. *Jurnal Meta-Yuridis*, 4(2), 45–66. <https://doi.org/10.26877/m-y.v4i2.8167>
- Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien. https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN, 1(1), 13–14. https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN/citation/download
- Justin, M. R., Rohiman, R., & Darmawan, A. (2022). Desain Identitas Visual Pada Umkm Ruang Keramik Studio Kota Metro Lampung. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 156. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.34948>
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>
- Kosanke, R. M. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN*

PEMBELIAN BARANG “RODS INDONESIA.”

- Moussadecq, A., Darmawan, A., & Pratama, Y. A. (2022). The Design of Visual Identity and Corporate Identity Faraz Cashews in Padang. *Imaginary*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.51353/jim.v1i1.673>
- Priscilia Yunita Wijaya. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- Smpn1karangploso. (2019). *No Title Pengertian Iklan dan Contohnya, Tujuan, Ciri-Ciri, Syarat, dan Jenis-Jenis Iklan*. Smpn1karangploso.Sch.Id. <https://smpn1karangploso.sch.id/2019/06/25/pengertian-iklan-dan-contohnya-tujuan-ciri-ciri-syarat-dan-jenis-jenis-iklan/#:~:text=Menurut Courtland L. Bovee%2C pengertian,yang dimuat melalui berbagai media.>
- Sujoto, S. (2022). *Perkembangan Fashion Di Indonesia*. Italianfashionschool.Id. <https://italianfashionschool.id/perkembangan-fashion-di-indonesia/>
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Universitas, W. S. (2020). *Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek*. 32(1), 25–41.
- Veronica Dewi. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Swalayan ADA Pati. *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap ...*, August 2014. <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=36955>
- Wibisono, N. P. (2021). *Redesain user interface website perpustakaan digital institut seni indonesia yogyakarta*. <http://lib.isi.ac.id>
- Wicaksono, F. O. (2018). *Morphology Sebagai Metode Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Objek Wisata*.

Wirawati, D., & Solikhah, I. Z. (2021). Deiksis Pada Slogan Dalam Instagram @Kominfomagelang Dan Kaitannya Dengan Bahan Ajar Teks Slogan. *Semantik*, 10(2), 163–176. <https://doi.org/10.22460/semantik.v10i2.p163-176>