

Daftar pustaka

Beatric, S., & Soehardjo, A. J. (2013). Perancangan Corporate Identity Hotel Idas Kuta-Bali. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 12.

Buchmann, Stephen (2016). *The Reason for Flowers: Their History, Culture, Biology, and How They Change Our Lives*. Scribner. ISBN 978-1476755533.

Ekasari, N. (2014). Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT BFI FINANCE JAMBI. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 16(2).

Giovanno, G. (2018). Perancangan *Brand Activation* Dan Media Promosi Produk Permainan Edukatif Nusantara *Treasures* (Doctoral Dissertation, Universitas Ciputra).

Kurniawati, D., & Arifin, N. (2016). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 1(2).

Ompusunggu, P. N. (2018). Hubungan Antara Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Oriflame.

Prayuda, H. R., Bahruddin, M., & Riqqoh, A. K. (2014). Perancangan Corporate Identity Bali Paintball Arena Sebagai Upaya Mengenalkan Produk Kepada Masyarakat. *Jurnal Art Nouveau*, 2(1), 29-38.

Rachmat, T. M. (2014). KAMPANYE MANFAAT PERMAINAN TRADISIONAL SUNDA (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).

Ramadeni, S., & Soewardikoen, D. W. (2017). Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Edukasi Jendela Alam. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 113-128.

Ratna, A. A., Bahruddin, M., & Dewanto, T. H. (2015). Perancangan *Corporate Identity* Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Art Nouveau*, 4(2), 292-300.

Sucipto, G. Y., Kusumowidagdo, A., & Indrawan, S. E. (2016). Implementasi Perancangan Interior Restoran dan Toko Oleh-Oleh Trijaya Di Tabanan Bali. *KREASI*, 1(2), 97-103.

Tanzil, J. (2016). Perancangan *Indoor Modular Meuble* untuk *Booth Fashion Pop-Up Market* di Surabaya. *Intra*, 4(2), 738-745.

