

Daftar pustaka

- Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. Diakses pada 21 Oktober 2019.
<https://jurnal.stikom.edu/index.php/ArtNouveau/journal/view/768>
- Kartajaya, Hermawan. (2014). *WOW Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Abellian, Miquel. (2010). *Pack, Pack, Pack!*. Monsa: Bilingual edition.
- Susanto, Gm. (2017). *The power of digital marketing*
- Heath, Dan & Chip. (2009). *Made to Stick*. New York: Random House Publishing
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing and Management Masters*. Pearson; 15 edition (September 15, 2015).
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lindeback, Roger. *Building Brand is Like Building a Home*. (2016). Australia: Brand House Book.
- McKee, Sandy. (2015). Diakses pada 20 November 2018. *Brand Awareness Surveys for Effective Marketing*.
<https://www.surveygizmo.com/resources/blog/brandawareness-surveys-for-effective-marketing/>.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif. *JOM FISIP*, 4(1), 1–15
- Rahardjo, Wahyu. Yulliani Betty. (2017). Perilaku konsumtif pria metroseksual serta pendekatan dan strategi yang digunakan untuk mempengaruhinya
- Slade, Catherine. (2016). *Creating a Brand Identity: A Guide for Designers*. London: Laurence King Publishing
- Wheeler, Alina. (2012). *Designing Brand Identity*. USA: John Wiley and Sons.
- Adib Al, Y. (2017). *Pria metroseksual : Sebuah perjalanan waktu yang tersirat melalui fashion dan gaya hidup*
- GR Hidayat M Bahrudin, Riggoh – *jurnal art Nouveau*, (2016). Perancangan Brand Identity Home Industry Berbasis Nature Sebagai Upaya, peningkatan Brand Awareness