

## DAFTAR PUSTAKA

- Rochmawati, I. (2020). 04-Unsur-unsur Desain.
- Cenadi, C. S. (2004). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual.
- Khairul, K., IlhamiArsyah, U., Wijaya, R. F., & Utomo, R. B. (2018). Implementasi augmented reality sebagai media promosi penjualan rumah. *Seminar Nasional Royal*
- Amirudin, A. S., Setyanto, D. W., & Yanuarsari, D. H. (2015). Perancangan Media Komunikasi Visual sebagai Sarana Promosi Perumahan Villa Esperanza di Semarang. *Universitas Dian Nuswantoro*.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan*
- Sulistiyono, E., & Sholihah, E. (2021). Perancangan media cetak sebagai media promosi pada klinik insan medika semarang. *Universitas Sains dan teknologi Komputer*,
- Putri, N. E., Silfeni, S., & Ferdian, F. (2018). Strategi Promosi Melalui Media Periklanan Desa Wisata Kubu Gadang Kota Padang Panjang. *Universitas Negeri Padang*
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*
- Sunarya, P. A., & Anisah, L. (2018). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi pada Ditjen Aptika Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta. *STMIK Raharja*

- Amin, F. N. (2021). Peran Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Lilin Aromaterapi di Kecamatan Banjarmasin Barat Kota Banjarmasin. *Universitas Islam Kalimantan MAB*
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Universitas Pendidikan Nasional*
- Sudrajat, A. (2022). Pengaruh biaya promosi online dan offline terhadap omzet penjualan pt royyan berkah abadi bekasi. *Universitas Bina Sarana Informatika*