



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adams, S., & Morioka, N. (2004). *Logo design workbook: A hands on guide to creating logos*. US: Rockport Publishers.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Basic design: Layout* (2nd ed). UK: AVA.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing an introduction* (12th ed.). England: Pearson.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang media promosi unik dan menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Arntson, A.E. (2012). *Graphic design basic* (6th ed.). US: Wadsworth.
- Altstiel, T., & Grow, J. (2006). *Advertising strategy*. UK: Sage Publications.
- Baksin, A. (2009). *Videografi: Operasi kamera dan teknik pengambilan gambar*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Bowdery, R. (2008). *Basics advertising: Copywriting*. Switzerland: AVA Publishing.
- Gordon, B., & Gordon, M. (Ed.). (2005). *The complete guide to digital graphic design* (2nd ed.). London, UK: Thames & Hudson.
- Hamdan, D., & Sontani, A. (2018). *Coffee: Karena selera tidak dapat diperdebatkan*. Jakarta: Agro Media Pustaka.
- Harnischmacher, C. (2012). *Tabletop photography*. Germany: Rocky Nook.
- Jury, D. (2006). *What is typography*. Kaki Bukit, Singapore: Page One.

- Kotaro, S., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. United States: Mc Graw Hill.
- Morrison, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Landa, R. (2014). *Graphic design solution* (5thed.). US: Clark Baxter.
- Langford, M., Fox, A., & Smith, R.S. (2007). *Langford basic photography: The guide for serious photographer* (8thed.). UK: Focal Press.
- Setiadi, T. (2017). *Dasar fotografi: cara cepat memahami fotografi*. Yogyakarta: Andi
- Shore, R. (2012). *10 principles of good advertising*. London, UK: Vivays
- Supriyono, R. (2010). *Desain komunikasi visual: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Wheeler, A. (2006). *Designing brand identity: An essential guide for the entire branding team* (3th ed.). Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Widyani, H. (2014). *Step-step hebat kuasai kamera dslr*. Jakarta: Dunia Komputer.

JURNAL

- Budiman, H.G. (2012). Dinamika industri kopi bubuk di Lampung (1907-2011). *Jurnal Patanjala*, 4(3), 526-543.
- Gadung, A. (2015). *Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk sinar baru cap bola dunia di kota Bandar Lampung* (Sarjana, Universitas

Lampung, Bandar Lampung, Indonesia). Diambil dari

<http://digilib.unila.ac.id/16594/>

Maharani, T. (2014). *Perancangan promosi kopi bubuk sinar baru cap bola dunia Bandar Lampung* (Sarjana, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia).

Diambil dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

INTERNET

Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik kopi indonesia 2017*. Diambil dari

<https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/71e7ada61b13e59be0b1bf80/statistik-kopi-indonesia-2017.html>

International Coffee Organization. (2018). *Monthly export statistics*. Diambil dari

<http://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf>