

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, S., & Stone, L. T. (2017). *Color design workbook: A real-world guide to using color in graphic design*. Quarto Publishing Group USA Inc.
- Anggarini, A. (2021). *Desain layout*. Penerbit PNJ Press.
- Ayu, N., & Widiyastuti, N. (2021). Perancangan brand identity dan desain kemasan Aldo Skincare. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*. 6(1), 94-105. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v6i2.418>
- Azarine Cosmetic. (2024). *Azarine Cosmetic: Natural and herbal skincare Indonesia*. <https://azarinecosmetic.com/>
- Bokhua, G. (2022). *Principles of logo design: A practical guide to creating effective signs, symbols, and icons*. Quarto Publishing Group Inc.
- BPOM Republik Indonesia. (2024). *Jumlah industri kosmetik di Indonesia*. <https://satudata.pom.go.id/datasets/14-jumlah-industri-kosmetik-di-indonesia?lang=id&tabs=tabs2>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*.
- Carter, R., Maxa, S., Sanders, M., Meggs P, B., & Day, B. (2018). *Typographic design: Form and communication*. John Wiley & Sons, Inc.
- Christina, Bangsa, P. G., Christianna, A. (2020). Perancangan brand identity produk perawatan kulit wajah L'Neviz Cosmetics. *Jurnal DKV Adiwarna*. 1(16), 1-9.
- Cuaca, M. A., Warjoyo, J. G., & Darmo, B. (2023). Perancangan ulang identitas visual sebuah usaha elektronik rumah tangga. *Jurnal Seni Rupa*. 12(1), 26-32.
- Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik (2023). *Cerdas memilih dan menggunakan kosmetik yang aman*. Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Ginting, G. A., Tarigan, M., & Prayoga, P. (2022). Edukasi cara memilih kosmetik yang aman pada siswa/i SMK-SMTI Banda Aceh. *Jurnal Abdimas Mutiara*. 3(2), 552-555.
- Handayani, I. (2024, September 24). *Perusahaan kosmetik lokal ini berusia 62 tahun, perluas channel distribusi*. Investor.id. <https://investor.id/business/374459/perusahaan-kosmetik-lokal-ini-berusia-62-tahun-perluas-channel-distribusi>

- Hardy, G. (2011). *Smashing logo design: The art of creating visual identities*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Hayatunnufus. (2022). *Tata rias wajah*. CV Muharika Rumah Ilmiah.
- Holtzschue, L. (2017). *Understanding color: An introduction for designers*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ij fina Amalia. (2023, 15 February). *Sekarang kok gini ya?? OBMT Viva Cosmetic! Jadul & murah sih.. Tapi bagus gak ya???*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=vMEKj-7xj9U>
- Indayanti, R. (2024, May 19). *Srikandi Iji bersama Viva Cosmetics gelar beauty class*. Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/bisnis/699100/srikandi-iji-bersama-viva-cosmetics-gelar-beauty-class>
- Iswanto, R. (2021). *Buku ajar tipografi*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Janes CS. (2021, 3 March). *Review produk paling dramatis - one brand makeup Viva*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=1ZeqEbqFyUg>
- Kabarbisnis. (2021, April 29). *Potensial, ini strategi Viva Cosmetics perkuat pasar kaum milenial*. <https://www.kabarbisnis.com/read/28106351/potensial-ini-strategi-viva-cosmetics-perkuat-pasar-kaum-milenial>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Fourth edition*. Pearson Education, Inc.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor dan turut mendukung penguatan blue 10 economy*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management: Global edition (15th ed)*. Pearson Education, Inc.
- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions: Sixth edition*. Cengage Learning.
- Ma'ruf, S. (2023). Analisis pendapatan masyarakat di Madiun dalam mencukupi kebutuhan (utilitas). *Social Science Academic*. 1(1), 119-128. <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i1.3317>
- Nabila., Ayuningtyas, N., & Atmanto, D. (2024). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian online kosmetik perawatan wajah Skintific. *Academy of Education Journal*. 15(2), 1191-1201.
- Saniati, F., & Wilujeng, B.Y. (2020). Analisis produk kosmetik make up salah satu merek global terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Tata Rias*. 9(2), 457-464. <https://doi.org/10.26740/jtr.v9n2.p%p>

- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior: Twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Slade-Brooking, C. (2016). *Creating a brand identity: A guide for designers*. Laurence King Publishing Ltd.
- Palupi, D. H. (2019). *Viva Cosmetics, Pelopor industri kosmetik tropis dari Surabaya*. SWA Media Inc. <https://swa.co.id/read/230686/viva-cosmetics-pelopor-industri-kosmetik-tropis-dari-surabaya>
- Populix. (2022). *Unveiling Indonesian beauty & dietary lifestyle*. <https://info.populix.co/articles/report/beauty-dietary-trends/>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Prakel, D. (2010). *The fundamentals of creative photography*. AVA Publishing SA.
- Prawirodihardjo, S. (2022). *Perancangan brand identity Bless Cosmetics*. [Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara]. Knowledge Center Universitas Multimedia Nusantara. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/20160>
- Promoviva. (2022, October 28). *Viva Cosmetics company profile*. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=_jcDliQjua8
- PT Paragon Technology and Innovation. (2024). *Paragon Technology and Innovation*. <https://www.paragon-innovation.com/brand>
- Purnaya, I. G. K. (2020). Praktikum mengenai kebutuhan atau utilitas dalam kehidupan sehari-hari. *Jurnal Mahsarif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 5(2), 85-93.
- Putri, D., Sudirman, A., Suganda, A., Kartika, R., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, B., Trenggana, A., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G., Triwardhani, D., Rini, N., Pertiwi, W., & Roslan, A. (2021). *Brand marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- The Body Shop. (2024). *The Body Shop official | toko produk kecantikan & perawatan tubuh*. <https://www.thebodyshop.co.id/>
- Viva Cosmetics. (2023). *Tentang kami*. <https://vivacosmetic.com/id>
- Wardah. (2024). *Wardah, beauty cosmetics Indonesia*. <https://www.wardahbeauty.com/en>
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity: Sixth edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- YCP Holdings (Global) Limited. (2024, April 12). *Unlocking growth: Indonesia skincare market penetration*. <https://ycp.com/insights/article/indonesia-skincare-market-penetration>

Yunianto, Irdha. (2021). *Teknik fotografi: Belajar dari basic hingga professional*.
Yayasan Prima Agus Teknik.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA