

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Kurnia. 2011, *Mara Advertising dan Strategi Brand Activation Metro Beringharjo di Yogyakarta (Studi Deskriptif Strategi Program Brand Activation Metro Beringharjo dalam Membangun Brand Awareness)*. [Skripsi]. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Klein, R.M. 2000, “*Inhibition of Return. Trends in Cognitive Sciences*”, vol. 4, hh. 138-146.
- Sandra Moriarty. 2009, “*Advertising*”, vol. 8, hlm.601-611.
- Diakses dari:*
- Siregar, Denny. 2011 *Out of Home dan Brand Activation*, diakses pada 10 Maret 2019. <<http://www.p3i-pusat.com/berita/214-out-of-home-dan-brand-activation>>
- Wallace, Steve. 2012, *Brand Activation: Bringing Brands to Life!*, diakses pada 1 Maret 2013. <<http://www.brandactivation.ca/brand-activationtrade.html>>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. hlm. 142-242
- Darmaprawira, Sukasmi. *Warna: Teoridan Kreativitas Penggunannya*. Bandung: ITB.
- Nurusholih, Sonson. *Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 199-214, nov. 2019. ISSN 2502-2431.

