

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Yustianto Farohidi, (2009). *Pengaruh Karakteristik Bintang Idola Iklan (CELEBRITY ENDORSER) dan Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kota Semarang*. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/105/> diakses pada 22 Juni 2021.
- Fandi R S E, (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik, Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit LeutikaPrio*. Retrieved from <https://scholar.googleusercontent.com/scholar> diakses pada 31 Mei 2021.
- Ferry Darmawan, (2012). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Retrieved from <https://scholar.googleusercontent.com/scholar> diakses pada 7 Juni 2021.
- H. Adlan, A. Indahingwati, (2020). *Analisis Model AISAS terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan SEO (Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya)*. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2937> diakses pada 28 Mei 2021.
- H Hasanah, (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. Retrieved from <http://scholar.googleusercontent.com/scholar> diakses pada 17 September 2020.
- Haris, Abdul, (2018). *Ini Penyebab Batik Kurang Diminati*. Retrieved from <https://www.google.com/ini-penyebab-batik-kurang-diminati-anak-muda> diakses pada 25 maret 2021.
- Hartadi H G, Swandi I W, Mudra I W, (2020). *Warna dan Prinsip Desain User Interface (UI) dalam Aplikasi User "BUKALOKA"*. Retrieved from <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/seni/article/view/6865> diakses pada 6 Juni 2021.
- Ilhamsyah, (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- JO Andrele, (2012). *Perancangan Strategi Promosi Taman Safari Indonesia II Prigen - Pasuruan Jawa Timur Sebagai Upaya Peningkatan Brand Loyalty*. Retrieved from <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/287/> diakses pada 9 oktober 2020.
- Natalia, Priccila, Mumuh Mulyana, (2014). *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. Retrieved from <https://scholar.googleusercontent.com/scholar> diakses pada 8 oktober 2020.
- Ni'matuzahroh., Susanti P, (2018). *OBSERVASI: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi. Edisi Pertama*. Malang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang. Retrieved from <https://books.google.co.id/> diakses pada 31 Mei 2021.
- Nuning Kristiani, (2017). *Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta*. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/5882> diakses pada 20 April 2021.

- Nurbani, Sri, and Nanda Ayu R. Dewi. "Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken." 6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019. Telkom University, 2019, pp. 446-450.
- 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. Available at: <<http://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/1935>>. Date accessed: 24 feb. 2021. doi: <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>.
- Pangkey, Francica Maria, (2019). *PENGARUH ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. Retrieved from <https://scholar.googleusercontent.com/> diakses pada 25 Juni 2021.
- R A Bahri, (2012). *Analisis Pengaruh Endorser di Social Media Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk dengan Metode AISAS*. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/33172649/> diakses pada 28 Mei 2021.
- RA Permana, (2017). *Perancangan Strategi Promosi di Perusahaan Indosea Tour and Travel 2017*. Retrieved from <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/556> diakses pada 27 September 2020.
- Rahmi Yuliana, (2013). *Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang*. Retrieved from <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/143> diakses pada 19 April 2021.
- Sandra Moriarty, (2011). *ADVERTISING Edisi Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- SN Adila, N Aziz, (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimensi oleh Minat Beli pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang*. <https://osf.io/dqb9m> diakses pada 8 Oktober 2020.
- Zikri F N, (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer, Edisi Pertama, Depok: Penerbit Kencana*. <https://books.google.co.id/> diakses pada 1 Juni 2021.