

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, H. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20% Tahun Lalu*. Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. <https://amp.kontan.co.id/news/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-20-tahun-lalu>
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula. *Bandung: Nuansa Cendekia*.
- Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Penerbit Armico.
- Bodeker, G., & Cohen, M. (2010). *Understanding the Global Spa Industry*. Taylor & Francis. https://books.google.co.id/books?id=rUv_AWK_5BAC
- Borden, N. H. (1964). The concept of the marketing mix. *Journal of Advertising Research*, 4(2), 2–7.
- Brown, A. (2011). *Spa Types: How to Understand the Different Kinds of Spas*. Retrieved on.
- De Marez, L., & Verleye, G. (2004). Innovation diffusion: The need for more accurate consumer insight. Illustration of the PSAP scale as a segmentation instrument. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 13(1), 32–49.
- Effendi, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (cetakan.
- Gretchen, R. (2014). *The Psychology of Rewarding Yourself with Treats*. Psych Central. <https://psychcentral.com/blog/psychology-rewarding-yourself-with-treats#1>
- Gunawan, I. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*, 143.
- Hendriyana, H. (2015). *Rupa dasar: dasar-dasar teknis keindahan visual*. Sunan

Ambu Press.

Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL* (D. Arum (ed.); 1st ed.). Penerbit Andi.
<https://books.google.co.id/books?id=1wwVEAAAQBAJ>

Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL ONLINE DAN MEDIA PROMOSI OFFLINE TERHADAP PEMILIHAN MEREK PRODUK SKINCARE DAN KLINIK KECANTIKAN. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(1), 1–11.

Kusumadewi Sutanto, M. (2016). *Spa, Pengetahuan, Aplikasi & Manfaatnya*. Gramedia Pustaka Utama.

Mania, S. (2008). Observasi sebagai alat evaluasi dalam dunia pendidikan dan pengajaran. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233.

McCarthy, E. J., Perreault Jr, W. D., & Dharma, A. (1996). *Dasar-dasar pemasaran*.

Mirza M. Haekal. (2020). Apa Itu Customer Journey? Bagaimana Cara Menerapkannya ke Bisnis Anda? Apa Itu Customer Journey? Bagaimana Cara Menerapkannya ke Bisnis Anda? *Niagahoster*.
<https://www.niagahoster.co.id/blog/customer-journey/>

MM, D. H. (2013). PERIKLANAN DAN ISU-ISU TERBARU. *Jurnal Mimbar Bumi Bengawan*, 4(10).

Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084–1096.

Monk, Q. B., & Spicer, S. M. (1976). *Evaluating Media Programs: District & School; a Method & an Instrument*. Committee on Evaluation of Media Programs, Association for Educational

Moriarty, S., Mitchell, N. D., Wells, W. D., Crawford, R., Brennan, L., & Spence-Stone, R. (2014). *Advertising: Principles and practice*. Pearson Australia.

- Ningsih, I. S., & Lutfiati, D. (2020). PERAWATAN TUBUH CALON PENGANTIN DENGAN RAMUAN TRADISIONAL MADURA SEBELUM HARI PERNIKAHAN DI RUMAH SPA KERATON SUMENEP. *Jurnal Tata Rias*, 9(3).
- Prayoga, D. E. (2015). *Easy copywriting: kontek abis, sampai laris*. Sukabumi: Delta Saputra.
- Raharja, A. (2022). *Multimedia Adalah: Definisi Menurut Ahli, Manfaat, Jenis, dan 5 Komponennya*. <https://www.ekrut.com/media/multimedia-adalah>
- Rosa, M. C. (2022). *Rekomendasi Self Reward yang Cocok Tanpa Harus Boros*. <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/13/201000481/rekomendasi-self-reward-yang-cocok-tanpa-harus-boros?page=all>
- Sachs, S. (2019). *Customer Insight (consumer insight)*. <https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/customer-insight-consumer-insight>
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Tinarbuko, I. T. S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS.
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 5(1).
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- Unknown. (2021). *Mengajak Setiap Wanita untuk Memberikan Self-Reward*. MediaIndonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/430594/mengajak-setiap-wanita-untuk-memberikan-self-reward>
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).