

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Lingga, (2017), *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*, PT KANISIUS, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- A Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Boyd, Harper W. dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2*, Jakarta : Erlangga.
- Herman. 2021. *30 Macam – macam Teori Komunikasi Menurut Para Ahli*.  
<https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-menurut-para-ahli>
- Ilhamsyah, (2021), *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kusuma, S.T. 1987. *Psiko Diagnostik*. Yogyakarta : SGPLB Negeri Yogyakarta
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Lalitamanik, Ratri, Dkk, (2014), *Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AOI) dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang*.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell dan William Wells. 2018. *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat.
- Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). *Analisis Aisas (attention, Interest, Search,*

Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. EProceedings of Management, 3(3).

Ridwansyah, Ardhi. 2017. Instant Marketing For Busy People “Rangkuman Intisari Pemasaran”.

Jakarta: Esensi Erlangga Group.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. Pemasaran Strategik. Edisi ke-3. Yogyakarta:

Andi (Anggota IKAPI).