

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Shimp, Terence. (2000). Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Basuki, Sulistyو. (2006). Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Burnett W. M. (2005). Advertising Principles and Practices. Pearson Interational
- Fitriah, Maria. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish.
- Ilhamsyah. (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Kertamukti, Rama. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kusrianto, Adi. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1 -13/E. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management, 14th Edition. United States of America : Pearson.
- Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Russel, Thomas., dan Verril Glenn. (1986). Otto Klepper's Advertising Procedure. United States of America: Prentice-Hall.
- Saryono. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Alfabeta.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). Dekave: Desain Komunikasi Visual: Penanda Zaman Masyarakat Global. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.