

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2019) *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Alwi, H. (2003) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Bandung: Balai Pustaka.
- Asiani, F. (2020) *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Anak Hebat Indonesia (Anak Hebat Indonesia).
- Bachdar, S. (2018) *Lima Kota Indonesia dengan Jumlah Pembelanja Online Terbesar, Marketeers.com*. Available at: <https://www.marketeers.com/lima-kota-indonesia-dengan-jumlah-pembelanja-online-terbesar/> (Accessed: 17 July 2022).
- Benefita (2021) *Virtual Event: Benarkah Menjadi Solusi Masa Kini & Bagaimana Melakukannya dengan Benar untuk Menjaring Potensial Klien?* Available at: <https://www.niagahoster.co.id/blog/virtual-event/> (Accessed: 11 July 2022).
- Cross, M. (2014) *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Massachusetts: Syngress Elsevier.
- Darmalaksana, W. (2020) 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan', *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Daye, D. (2010) *Brand Salience: Why It's Important For Your Brand*. Branding Strategy Insider.
- Didih, S. (2006) *Promosi Efektif*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Enchev, L. (2022) *Top Graphic Design Trends 2022: Raising the Game*. Available at: <https://glints.com/id/lowongan/tren-desain-grafis-2022/#.Yv5VCHZBxnI> (Accessed: 20 June 2022).
- Fitria, R. (2022) *Poster Digital Berbasis Canva*. Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.

- Hasbun, B. and Endang, R. (2016) 'Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan Dengan Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)', *Journal of Business Studies*.
- Hermawan, S. and Amirullah (2021) *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ibnu (2021) *Virtual Event Sebagai Salah Satu Strategi Marketing, Kenapa Tidak?* Available at: <https://accurate.id/marketing-manajemen/virtual-event/> (Accessed: 11 July 2022).
- Ihamsyah (2021) *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Imasari, K. and Lu, C. (2010) 'Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU di Bandung)', *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lisa (2020) *Muted Colors Foor 2021, Bootcamp*. Available at: <https://bootcamp.uxdesign.cc/muted-colors-for-2021-45b7179762fa> (Accessed: 20 July 2022).
- Mardia *et al.* (2021) *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Moriarty, S., Mitchell, N. and Wells, W. (2018) *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morrisan (2015) *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: prenadamedia Group. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ>.
- Musfar, T. F. (2020) *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Nurfebiaraning, S. (2017) *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nyetakin (2020) 'Tentang Nyetakin'. Bandung.
- Palinggi, S. and Limbongan, E. C. (2020) 'Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)', *Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia*.
- Patria, R. (2022) *8 Contoh Media Sosial Populer untuk Promosi Bisnis, DomaiNesia*. Available at: https://www.domainesia.com/berita/contoh-media-sosial/#3_Instagram (Accessed: 31 July 2022).
- Purba, B. et al. (2020) *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purwani, D. A. (2021) *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Putra, R. W. (2021) *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Edited by E. Risanto. Penerbit Andi.
- Rahardjo, M. (2011) 'Metode pengumpulan data penelitian kualitatif', *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang)*.
- Redaksi (2017) *Cronos Printing Bandung Makin Asyik Main di Digital Printing*. Available at: <https://www.printgraphicmagz.com/2017/05/30/komitmen-kualitas-layanan-prima-pilihan-konsumen/>.
- Refianto, A. (2009) 'Sistem Kerja Biro Iklan Media Lini Bawah di PT. Cipta Warna Pesona (D'Network)'
- Ridwansyah, M. I. (2017) *Layout Pada Aplikasi Android, Medium*. Available at: <https://medium.com/@mahesaiqbal6/layout-pada-aplikasi-android-3e85cf66757e> (Accessed: 20 July 2022).
- Rika, H. (2021) '88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce', *CNN Indonesia*. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce#:~:text=Dari jumlah>

itu%2C terdapat 129, mencapai Rp266 triliun tahun lalu. (Accessed: 17 July 2022).

Rizal, J. G. (2021) 'Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, dan Alpha', *Kompas.com*. Available at: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millenials-dan-alpha?page=all#:~:text=Gen Z%3A kelahiran 1997-2012,57-75 tahun pada 2021> (Accessed: 19 July 2022).

Rukin (2019) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Saleh, M. Y. and Said, M. (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV SAH MEDIA.

Salsabila, D. (2022) *5 Contoh Copywriting untuk Tingkatkan Penjualan, Seller Olshop Wajib Coba!*, *MySkill*. Available at: <https://myskill.id/blog/bidang-profesi/copywriting-untuk-tingkatkan-penjualan/> (Accessed: 20 July 2022).

Sawa, B. B. (2014) *Teori Tipografi Jenis Huruf Part 1*. Available at: <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1>.

Setiadi, N. J. (2019) *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Siregar, S. (2017) *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media.

Soewardikoen, D. W. (2021) *Metodologi Penelitian DKV*. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.

Stone, M., Bond, A. and Foss, B. (2004) *Consumer Insight: How to Use Data and Market Research to Get Closer to Your Customer*. Great Britain: Kogan Page.

Sugiyama, K. and Andree, T. (2011) *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw-Hill Education.

- Tinarbuko, S. (2015) *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS.
- Tokopedia (2022) *Tips Memasarkan Produk dengan Teknik Soft Selling*, Tokopedia. Available at: <https://seller.tokopedia.com/edu/teknik-soft-selling/> (Accessed: 20 July 2022).
- Wahyu (2021) *Mengenal X Banner Sebagai Media Promosi Dan Keunggulan Nya*, Snappy. Available at: <https://snappy.co.id/artikel/mengenal-x-banner-sebagai-media-promosi-dan-keunggulan-nya#:~:text=X banner adalah salah satu,mempromosikan kebutuhan indoor dan outdoor.> (Accessed: 31 July 2022).
- Wijayanti, H. (2019) *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Anak Hebat Indonesia.