

## DAFTAR PUSTAKA

- AR, B. (2018). *Foto Untuk Mendapatkan Sebuah Hasil Yang Menggambarkan Karakteristik Suatu Hasil*. 1(3), 1–6.
- Ardian, R. (2018). *Bab Ii Landasan Teori*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8.
- Arsyad, A. (2007). *Pengertian Media*. *Media Pembelajaran*, 3.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2002). *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. 1–64.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*, 272.
- Journal, D., & Social, O. F. (2014). *Activity, interest, opinion (aio)*. 1–10.
- Kurniawansyah, H. (2020). *Food Photography Goodfellas Resto Dengan Pendekatan Still Life*. *Arty : Seni Rupa UNNES*, 9(1), 22.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). *Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan*. *Humaniora*, 2(2), 1084.
- Prasetyo, M. E. (2021). *Kajian Visual Komposisi Simetris dan Asimetris Fotografi Surreal Fashion Karya Natalie Dybisz*. 293–301.
- Rahmadea, F. (2019). *Definisi Media Massa*. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 126–127.
- Sumirat, Y. (2015). *Pengaruh Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Tan, A. M., Lestari, M. T., Sos, S., Salmiyah, D., Ali, F., Si, M., Telkom, U., Komunikasi, F., & Komunikasi, I. (2016)., youth. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2626–2634.
- Wibowo, A. (2021). *Pengantar Pemasaran Bisnis Digital*. *Yayasan Prima Agus Teknik*, 2013–2015.
- William, S. J. (2021). *Pengertian Pemasaran menurut para ahli*. *Ilmu Ekonomi ID*, 1. Menurut Penelitian Tobing dan Hidayat (2012).