

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrianto, Christian., Nassiriah Shaari, & Norsiah binti Abdul Hamid. (2017). Faktor Terpenting dalam Membangun Unique Selling Proposition untuk Menjangkau Konsumen Kelas Menengah Indonesia. *Nirmana*. Vol.17. 30-36
- Ardhi, Yudha. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta : Taka Publisher
- Arumsari, R.Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*. Vol. 02.No. 01, 52-58.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kusnadi. 2013. *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya : Edu Publisher
- McCarthy, E. J., Perreault, Jr., W. D., & Cannon, J. P. (2010). *Basic Marketing A Global Managerial Approach*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Musfar, Tengku. F. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)*. Cetakan Pertama. CV Media Sains Indonesia. Bandung.
- Morrison. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Soewardikoen, D. W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2*. Yogyakarta: Calpulis
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2021. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual-edisi revisi*. Yogyakarta : PT Kanisius.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Zgheib, P. W.(2017). Advertising Deceit: Manipulation of information, False Advertising, And Promotion. *Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 1482-1494.
- D. Napitupulu, Y.P. Hutabarat. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori dan Aplikasi)*.