

## Daftar Pustaka

- Febri, Asiani. (2019). *Persuasive Copywriting Sebuah Seni Menjual melalui Tulisan*. Yogyakarta: Quadrant.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: ANDI.
- Keller, dan K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prenhalindo
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip., dan Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga.
- Machfiroh, Runik., Sapriya, & Komalasari, Kokom. (2018). *Characteristics of Young Indonesia Citizenship In The Digital Era. Advance in Social Science, Education and Humanity Research*. 08, 5-7.
- Nirwandar, Sapta. (2014). *Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Noor. (2017). *Manajemen Event /Any Noor. Edisi. Rev, Cet. 3*. Bandung : Alfabeta, 2017
- Sugiyama, Kotaro., dan Tim Andree. (2011), *The Dentsu Way*, United States: Dentsu Inc.
- Syafikarani, A. (2018). Jurnal, *KAJIAN KOMUNIKASI DIBALIK MAKNA CAMPAIGN A MILD "NANTI JUGA LO PAHAM"*. Jurnal Seni Rupa & Desain, 21(2), 81-96