

DAFTAR PUSTAKA

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lalu, Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Arumsari, Rizki Yantami, dan Utama, Jiwa. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan pada Instagram. *Jurnal Bahasarupa* volume 2
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Agus, Sachari. 2005. *Seni Rupa Dan Desain*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama Erlangga
- Basu Swastha.2002.*Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Libert
- Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi Offset
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr.William D., McCarthy, E.Jerome. (2008). *Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Morissan. 2013. *Teori komunikasi: individu hingga massa*. Jakarta : Kencana.
- Basuki, S. (2000). *Asas-Asas Pemasaran*.Yogyakarta: Liberty
- Supriyono, 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*.
- J. Thomas Russell dan W. Ronald Lane,Kleppner's Advertising Proccesure.(New Jersey: PearsonEducation,Inc, 2002) hal 5 [1]

Muhammad Jaiz, Dasar Dasar Periklanan. (Yogyakarta:Graha Ilmu 2014) hlm 9 [3] & Muhammad Jaiz, Ibid, hlm 2-3 [4]

Shimp, Terence, A. (2003). Periklanan Promosi. Jakarta: Erlangga

Kotler, Phillip. (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Widyatama, Rendra. 2005. Pengantar Periklanan. Buana Pustaka Indonesia. Jakarta