

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*. Jakarta :Erlangga.
- Aaker, D. A. (2014). *Building Strong Brands*. Simon and Schuster.
- Adil,Ridlo fadillah. 2017. *Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di LQ45*. Jurnal Akuntansi, Vol.12, No. 1.
- Alviani, L. A. (2021). *Perancangan Buku Jurnal Kuliner Dan Jajan Pasar Khas Jogja Untuk Para Vegan* (Doctoral dissertation, Intitut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Ambar. 2017. *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Andi Mappiare AT. 2002. Pengantar Konseling dan Psikoterapi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Anz, Zuli. 2021. *Pengertian, Fungsi dan Jenis Dessert*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari <https://www.terasboga.com/2021/11/pengertian-fungsi-dan-jenis-dessert.html>
- Arifrahara, G. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 92-104.
- Brilliantia, N., & Fathah, A. H. A. (2022). Promosi Digital Wisata Kuliner Peneleh Melalui Pendekatan AISAS dan Word-Of-Mouth. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 102-116.
- Chocomory. 2022. *Produk Chocomory*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari [https://chocomory.com/product\\_categories/5-unique-product](https://chocomory.com/product_categories/5-unique-product)
- CreoHouse. 2022. *Manfaat Advertising/Periklanan Bagi Kebutuhan Perusahaan*. Diakses pada 27 Maret 2023, dari <https://www.creohouse.co.id/manfaat-advertisingperiklanan-bagi-kebutuhan-perusahaan/>
- Cummins, Julian. 1991. *Promosi Penjualan*. Jakarta: Binarupa Aksara

- Dewi, G. R., Alam, S., & Nurusholih, S. (2023). *Perancangan Promosi Via Via Artisan Bakery Di Yogyakarta*. eProceedings of Art & Design, 10(2).
- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hari, S. (2021). *Pengaruh Country Of Origin, Gaya Hidup, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Huawei (Studi Kasus di Wilayah Kelurahan Kaliabang Tengah)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Harina, S. (2019). *Kajian Copywriting Iklan Bukalapak, Tokopedia dan Shopee Kategori Bulan Ramadhan* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta : ANDI [Anggota IKAPI].
- J, Paul Peter. & Jerry C, Olson. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., & Keller, K. L. (1992). *Perilaku Konsumen*. PT Midas Surya Grafindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Managemen Periklanan*. Malang: UB Press.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Irwin.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Perdana, Arkan. 2021. *Memahami Marketing Above the Line, Through the Line, dan Below the Line*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari <https://glints.com/id/lowongan/above-through-below-the-line/#.ZEyYU3ZBw2w>
- Pickton, D. W., & Broderick, A. J. (2005). *Integrated Marketing Communications*. Pearson Education Limited.
- Pradana, M. 2015. *Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia*. Modus, 27(2), 163-174.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain grafis computer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- PPM. SoM. 2022. *AISAS Model Marketing di Era Digital*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari [https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/#:~:text=Menurut%20Sugiyama%20dan%20Andree%20\(2011,latar%20belakang%20kemajuan%20teknologi%20internet](https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/#:~:text=Menurut%20Sugiyama%20dan%20Andree%20(2011,latar%20belakang%20kemajuan%20teknologi%20internet).
- Ratnasari, K. (2019). Analisis segmentasi pengunjung berdasarkan Activity, Interest, Opinion (AIO) di Kawasan Petak 9 Glodok. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2), 125-134.
- Riadi, Muchlisin. 2017. *Copywriting (Pengertian, Tujuan, Peran, Unsur, Gaya dan Elemen)*. Diakses pada 28 Maret 2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/copywriting-dan-copywriter.html>
- Ristiyanti Prasetijo, John JOI Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Spiro, R. L., Stanton, W. J., & Rich, G. A. (2017). *Selling: Building Partnerships*. McGraw-Hill Education.
- Stanton, W. J. (2016). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Store. Deepublish. 2021. *Analisis Swot: Penjelasan Pengertian, Komponen dan Manfaat Lengkap*. Diakses pada 29 Maret 2023, dari <https://deepublishstore.com/blog/analisis-swot/>
- Subroto, Setyowati. 2011. "Etika Periklanan". *Cermin* 049.

- Supriyanto. 2008. *Teknik Informasi & Komunikasi SMP Kelas VII*. Yogyakarta: Yudhistira
- Tejakusuma Anton. 2010. *Mega Super Salesman*. Jakarta: New Diglossia
- Tesis.com. 2007. Pembahasan Lengkap Teori Strategi Promosi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Promosi. Diakses pada 27 Maret 2023, dari <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-strategi-promosi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-promosi/>
- Tinarbuko. Sumbo. 2015. *Dekave*. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Triawan, N., Nurusholih, S., Wirasari, I., & Syafikarani, A. (2022). *Perancangan Strategi Promosi Produk Briiz Chocolate*. eProceedings of Art & Design, 9(3).
- Umam. 2020. *Pengertian Promosi (Promotion) : Pengertian Dari Ahli, Jenis, dan Contohnya*. Diakses pada 27 Maret 2023, dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-promosi/>
- Umam. 2021. *Tujuan dan Fungsi Promosi : Fungsi, Jenis-Jenis, Manfaat*. Diakses pada 09 Juni 2023, dari <https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-promosi/>
- Wibowo Eko, Patra Aditia, Wirania Swasty. 2016. *Buku Panduan Wisata Budaya Kabupaten Klaten*. Jurnal Kalatanda. Bandung : PT. Granesa.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Yoebrilianti, A. (2014). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Studi Kasus Pada Jejaring Sosial).
- Zulaekha, Talitha. 2020. *Media Periklanan, Strategi dan Taktik Media*. Jakarta: Universitas Jayabaya.
- Zusrony, E. 2021. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik