

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. syakir Media Press.
- Alfonso, M. N. (2021). *ASPEK GRAMATIKAL KEAMBIGUITASAN IKLAN KOMERSIAL MEDIA CETAK BALIPOST*. Diambil dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBS>
- Angelia, D. (2022). Mengulik Perilaku Diet Masyarakat Indonesia 2022. Diambil 29 Maret 2023, dari <https://goodstats.id/article/mengulik-perilaku-diet-masyarakat-indonesia-2022-hEiwG>
- Ariprahara, G. (2012). *Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. VISUALITA* (Vol. 4). Diambil dari <http://visualita.unikom.ac.id/>
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). *KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM* (Vol. 2). Online. Diambil dari <http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>
- Dagun, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Danar, M. R. (2011). *PERAN FOTOGRAFI DALAM Mendukung KEGIATAN PERIKLANAN DI MAMMOTH PHOTOGRAPHY*.
- Dina. (2022). Miliki Bonus Demografi Tinggi, Pemkot Bandung Dongkrak Peran Pemuda Tingkatkan Laju Ekonomi. Diambil 29 Maret 2023, dari <https://www.bandung.go.id/news/read/6354/miliki-bonus-demografi-tinggi-pemkot-bandung-dongkrak-peran-pemuda>
- Fachrunnisa, C. (2020). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX*. Doctoral dissertation, IAIN KUDUS.
- Fadillah, M. F. (2022). *PERANCANGAN PROMOSI UNTUK MIE BASO SARI RASA TASIKMALAYA*. Telkom University, Bandung.
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firthian, R., & Putry, D. R. (2021). *PENCIPTAAN ILUSTRASI PRABU SILIWANGI SEBAGAI MEDIA PELESTARIAN BUDAYA DAN SEJARAH DI JAWA BARAT*. <https://doi.org/10.30591/paravisual.v1i1.2495>
- Garnia, R. B. (2023). Tak Hanya Jaga Berat Badan, BAB Lancar Punya Banyak Keuntungan.

- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERUSAHAAN ARNIS WIGATI (AW)*. Bandung.
- Hanindharputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)* (Vol. 15).
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Indriyanti. (2013). *PENGARUH EVENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONTEL CAFE COFFEE SHOP, KELAPA GADING, JAKARTA UTARA*. Bina Nusantara.
- Irwansyah, R., & dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Jalita. (2018). *PEMANFAATAN MEDIA LUAR RUANG SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI KNPI ACEH*.
- Jamil, E. R. N. (2018, Juli 19). Gaya Hidup Sehat, Sekadar Tren atau Kebutuhan? Diambil 27 Maret 2023, dari <https://www.ayobandung.com/bandung/pr-79636149/gaya-hidup-sehat-sekadar-tren-atau-kebutuhan>
- Jecky, & Erdiansyah, R. (2021). *Pengaruh Iklan Media Sosial dan Word Of Mouth terhadap*.
- Jecky, R. E. (2021). *Pengaruh Iklan Media Sosial dan Word Of Mouth terhadap*.
- Lukitaningsih, A. (2013). *IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 13).
- Madiyant, M. (2021). *Copywriting: Retorika Iklan dan Storytelling Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maimunah, Manalu, D., & Kusuma, D. (2017). *PERANCANGAN PROTOTYPE VISUAL PADA BAGIAN DESAIN SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PT. SULINDAFIN*.
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi. (2019). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG*.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2018). *ADVERTISING* (8 ed.). Jakarta: Kencana.
- Mulyana, M. (2019). *STRATEGI PROMOSI DAN KOMUNIKASI*.

- Niratami, N. P. (2015). *ANALISIS POSITIONING PUSAT PERBELANJAAN BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG MENGGUNAKAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING (Studi Pada Bandung Indah Plaza, Cihampelas Walk, Paris Van Java, Trans Studio Mall, dan Festival City Link)*. Telkom University, Bandung.
- Nurusholih, S. (2019). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 4(2), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>
- Patria, A. S., & Kristiana, N. (2022). *TIPOGRAFI*. Klaten: Lakeisha.
- Prasetya, I. S., & Widyawati, N. (2016). *PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUKUBIMA ENER-G*.
- Pratama, R. J., & Yasa, I. N. M. (2020). *Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Tentang Stres (Vol. 02)*. Diambil dari <https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/sasak>
- Putra, M. Y. (2023). Mal di Kota Bandung Kian Sepi Pengunjung, Satu Diantaranya Kosong Melompong! Diambil 25 Mei 2023, dari <https://www.ayobandung.com/bandung-roya/798877494/mal-di-kota-bandung-kian-sepi-pengunjung-satu-diantaranya-kosong-melompong>
- Putra, Ricky. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Qashidi, M. I., Utama, J., & Ningrum, N. N. (2021). *PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI BURGERTARD DI KOTA BANDUNG*.
- Rahma, A. (2017). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 149–169.
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori (Vol. 1)*. IOCS Publisher.
- Soewardikoen, D. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT KANIKUS.
- Soewardikoen, D. W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 (Vol. 2)*. Yogyakarta: Calpulis.

- Sofiani, & Yulia, T. (2023). Strategi Promosi Wisata Sumber Mata Air Sailong. *Sulawesi Selatan Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(1).
- Sonia, A., & Siregar, B. Y. (2020). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HERBAL SARI DINDA*. Diambil dari <http://www.farmasi.asia/>
- Sufandy. (2019). *Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam*. IEEE International Conference on Circuit, Power and Computing Technologies, ICCPCT 2015.
- Sugianti, A. (2022). Ngemil Sehat, Siapa Takut? Diambil 29 Maret 2023, dari https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1667/ngemil-sehat-siapa-takut
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Virgorine, D., Utama, J., & Sumargono, I. (2019). *PERANCANGAN PROMOSI SEPATU BATA POWER CONNECT BALANCE*.
- ZapClinic. (2023). ZAP Beauty Index 2023. Diambil 29 Maret 2023, dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2023>

Dari internet

- Angelia, D. (2022). Mengulik Perilaku Diet Masyarakat Indonesia 2022. Diambil 29 Maret 2023, dari <https://goodstats.id/article/mengulik-perilaku-diet-masyarakat-indonesia-2022-hEiwG>
- Dina. (2022). Miliki Bonus Demografi Tinggi, Pemkot Bandung Dongkrak Peran Pemuda Tingkatkan Laju Ekonomi. Diambil 29 Maret 2023, dari <https://www.bandung.go.id/news/read/6354/miliki-bonus-demografi-tinggi-pemkot-bandung-dongkrak-peran-pemuda>
- Jamil, E. R. N. (2018, Juli 19). Gaya Hidup Sehat, Sekadar Tren atau Kebutuhan? Diambil 27 Maret 2023, dari <https://www.ayobandung.com/bandung/pr-79636149/gaya-hidup-sehat-sekadar-tren-atau-kebutuhan>
- Putra, M. Y. (2023). Mal di Kota Bandung Kian Sepi Pengunjung, Satu Diantaranya Kosong Melompong! Diambil 25 Mei 2023, dari <https://www.ayobandung.com/bandung-roya/798877494/mal-di-kota-bandung-kian-sepi-pengunjung-satu-diantaranya-kosong-melompong>