

DAFTAR PUSTAKA

- Binanto, Iwan. (2010). *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dr. Iyan Mulyana. (2019). *Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia*. Indonesia : Flash Publisher.
- Soehersono, Hery. (2005). *Desain Bordir Motif Geometris*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Syafikarani, A. (2018). Kajian Komunikasi dibalik Makna Campaign A Mild “Nanti Juga Lo Paham”. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 21(2), 81-96.
- Fittiah, Mariah. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Maulana, A. S. (2020). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekonomi)*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Utomo, Kurniawan Prambudi, dkk. (2021). *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Widina.
- Rinnanik, dkk. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Sarjana, Sri, dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi
- Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Stiawan, Evan. (2018). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: SamudraBiru.
- Asiani, Febri. (2020). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bambang D. Pasetyo, Nufan S. Febriani. (2020). *Strategi branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Luh Komang Candra Dewi, I Gusti Bagus Rai Utama. (2022). *Pemasaran Kreatif untuk Segala Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish
- Brice, Martin, Stephens, Elisha. (2020). *Strategic Brand Management*. ED-Tech Press
- Astari, H. V. D., Nurusolih, S., & Barlian, Y. A. (2021). Perancangan Brand Aktivasi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Sepatu Merek Hirka Asal Kota Bandung. *eProceedings of Art & Design*, 8(2).
- Madiant, Muslikh. (2022). *Copywriting: Retorika, Iklan, dan Storytelling, Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Wijaya, Desi. (2022). *Formula Copywriting: Seni Merangkai Kata untuk Lejitkan Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit Laksana.
- Musnan, Asti. (2021). *Copywriting: Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Tymorek, S. (2010). *Advertising and Public Relations*. Ukraine: Facts On File, Incorporated.
- Kambarangwe, F. M. (2009). *What Business Leaders Should Know But They Don't*. United States: Dorrance Publishing Company, Incorporated.
- Madjadikara, Agus S. (2005). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nugraha, Putri Jefri, dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Penerbit Andi

- Andreansyah, Rehan Davi, Cahya Rahma maulan, dan Fadelia Yustiana Putri. (2022). *Profesional dalam Graphic Design*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia
- Iawan, Bambang, Priscilla Tamara. (2013). *Dasar-Dasar Desain: untuk Arsitektur, Interior-Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri, dan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Griya Kreasi
- Kusnadi, Anggia Suci Pratiwi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: EduPublisher.