

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggraini, N. (2014). *Desain komunikasi visual : dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Boyd. (2011). *Manajemen pemasaran : suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta: Erlangga.
- Fawzi. (2022). *STRATEGI PEMASARAN: Konsep, Teori dan Implementasi*. Jakarta: Pascal Books.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Andi.
- Laksana. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Lukitaningsih , A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI . *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2*, 116-129.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era*. Bandung: Alfabeta.
- MUHAMMADAZRY. (2017). PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS BUKALAPAK.COM. *e- Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.1*, 17-28.
- Noor. (2013). *Manajemen event*. Bandung: Alfabeta.
- Nurbani, S., & Kadarisman, A. (2016). MOOD IN BODYTEXT IN SHAMPOO ADVERTISEMENT. *Multidisciplinary design: Harmonizing in today's society, technology and business*, 197-203.
- Rustan. (2008). *Layout, dasar & penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Soewardikoen. (2021). *Metodologi penelitian desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Kanisius.

## Sumber Website

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/05/16/indonesia-konsumen-mi-instan-terbesar-ke-2-di-dunia>

[www.instagram.com/bestwok.official](http://www.instagram.com/bestwok.official)

<https://www.bestwok.id>