

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Vol. 5). Erlangga.
- Aaker, D. A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Penerbit Mitra Utama.
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Dahlan, F. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Belch, G. E., & Michael A. Belch. (2015). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cai, L. A. (2002). Cooperative Branding for Rural Destination. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 720–742.
- Chattopadhyay, A., & Basu, K. (1990). Humor in Advertising: The Moderating Role of Prior Brand Evaluation. *Journal of Marketing Research*, 27(4), 466. <https://doi.org/10.2307/3172631>
- Danton, S. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Gramedia.
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia. *Komunikasi*, 10(2), 164.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Media Pressdindo.
- Nasution, S. E. A., Haswati, S. M., & Pamela, W. A. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PASTFUTURE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MENGENAI KESEHATAN MENTAL . *E-Proceeding of Art & Design*, 10(2).
- Hereyah, Y., & Kusumanigrum, R. (2019). Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 9(2), 1–20.
- Hoeffler, S., & Keller, K. L. (2003). The Marketing Advantages Of Strong Brands. *Brand Management*, 10(6).
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.

- Indriana, D. (2011). *Ragam Alat Bantu Media Pengajaran : Mengenal, Merancang dan Mempraktikkannya* (2nd ed.). DIVA Press.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Prenada Media.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktek*. UB Press.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2).
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Kusuma, R., & Diah, C. S. (2016). *Modul Manajemen Event [Fakultas Ekonomi]*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.
- Lee, M., & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global* (Haris Munandar dan Dudi Priatna, Ed.). Kencana Prenada Media.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Madiyant, M. (2020). *Copywriting : Retorika Iklan dan Storytelling Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Gajah Mada University Press.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.). Alfabeta.
- Mc Nally, D., & Speak, K. D. (2004). *Be Your Own Brand* (Sikun Pribadi, Ed.). Gramedia.
- McIntosh. (1997). *Karakteristik Wisatawan* . Andi.
- Morel, M. (2003). *Promote Your Business*. Allen & Unwin.
- Morrison, A. M., & Anderson, D. J. (2002). *Destination Branding : Paper presented at the Missouri Association of Convention & Visitors Bureaus Annual Meeting*.
- Mufarrih, Z. (2015). *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Buku Litera.
- Murphy, L., Moscardo, G., & Benckendorff, P. (2007). Using Brand Personality to Differentiate Regional Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 46(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/0047287507302371>

- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding : Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Ramadhan, I., Wirasari, I., & Syafikarani, A. (2022). Perancangan Strategi Promosi Muslim Fashion Cover Me. *EProceedings of Art & Design*, 9(3).
- Sadiman, A. (1996). *Media Pendidikan*. Rajawali Press.
- Sandy, D. C., & Murfianti, F. (2020). STRATEGI KREATIF DALAM PROMOSI SEKUTU KOPI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 1(1), 1–21. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v1i1.3292>
- Santosa, S. (2009). *Creative Advertising*. Gramedia.
- Saskara, I. P. A. (2021). *Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek (Dasar, Penggunaan, dan Pembuatan Iklan*. Swasta Nulus.
- Shanklin, W. L., & Kuzma, J. R. (1992). *Buying that Sporting Image, Marketing Management*. Contemporary Books Inc.
- Suhandang, K. (2005). *Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi*. Nuansa.
- Sulaksana, U. (2007). *Contemporary Books Inc*. Pustaka Belajar.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS.
- Suparman, Muzakir, & Fattah, V. (2023). *Ekonomi Pariwisata : Teori, Model, dan Strategi Pariwisata Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi.
- Tracy, W. (2003). *Letters of Credit : A View of Type Design*. David R. Godine.
- Wijaya, P. Y. (1999). *Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual*. Nirmana, 1(1).