

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Agustrijanto. (2001). *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Jakarta: Remaja Rosda Karya
- Ariestonandri, Prima. (2021). *Marketing Research For Beginner, Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ariyadi, Widya. (2019). *Jurus Jitu Menguasai Copy Writing: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Unicorn Publishing
- Arsyad, Azhar. (2002). *Media Pembelajaran, edisi 1*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persad
- Brahim, Muh.Nur Eli. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akutansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2*. . Yogyakarta:Penerbit ANDI
- Cahyati, Miftakhul. (2023). *Panduan Dasar dan Strategi Komunikasi Pasien Tuli & Disabilitas Pendengaran pada Kedokteran Gigi Klinis*. Malang: Universitas Brawijawa Press
- Cholilawati. (2021). *Teori Warna - Penerapan Dalam Fashion*. Jakarta: Pantera Publishing
- Darmawanto, Eko. (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual*. Jepara: UNISNU Press
- Harsari, Nadhira. (2004). *Dasar-Dasar Desain Grafis-Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. Jambi: Sonopedia Publishing Indonesia
- Fadhallah, R.A. (2021). *WAANCARA*. Jakarta Timur: UNJ Press
- Kotler, Philip. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 2*. Penerbit Erlangga

- Kusnadi. (2018). *Dasar-Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI
- Kusrianto, Adi (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Mujib, Fathul. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mujito. (2023). *Manajemen Strategik: Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Banyumas: Wawasan Ilmu
- Nugrahani, Rahina. (2021). *Muslimah dan dakwah Visual di Jagat Virtual*. Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang
- Nurhadi, Zikri Fachrul. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana. Tersedia dari Google Books
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI
- Putra, Ricky W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: ANDI. Tersedia di Google Books
- Putri, Debi Eka. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Rangkuti, Freddy. *Mengukur Efektifitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. (2008). *Layout, dasar & penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sinulingga, Nora Anisa Br. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher
- Sitorus, Onny Fitriana. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA
- Sitorus, Sunday Ade. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Kota Bandung: Media Sains Indonesia

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Jakarta: CV Alfabet
- Sugiarti. (2020). *Dasar Penelitian Kualitatif Sastra*. Malang: UMM Press
- Sulaiman, Annas Marzuki (2023). *Dasar dan Penerapan Tipografi*. Solok: Tim Mitra Cendekiawan Media
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Suyanto, M. (2006). *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: ANDI
- Tjin, Enche. (2014). *Kamus Fotografi*. Jakarta: Gramedia
- Wirata, I Nengah. (2018). *Pengelolaan Event*. Depok: RajaGrafindo Persad
- Wulandari, Sri. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala
- Yasa, I Wayan Adi Putra. (2024). *Desain Komunikasi Visual-Teori dan Penerapannya*. Jambi: Sonopedia Publishing Indonesia

Sumber Jurnal:

- Alif, R. P., Barlian, Y. A., & Aulia, R. (2022). *PERANCANGAN PROMOSI UMKM BETTER BE BUTTER DI BANDUNG DESIGNING MSME BETTER BE BUTTER PROMOTIONAL STRATEGY IN BANDUNG*.
- Dianputri, P., & Rosmiati, A. (2020). *STRATEGI KREATIF PERIKLANAN "PINED WEARHOUSE PERIGEE" MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 1(1).
- Fajriani, M. D., & Nursholih, S. (2023). PENERAPAN MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN AISAS DAN TEORI KOMUNIKASI HAROLD D. LASWELL PADA BOBOBOX BERSAMA DANIEL MANANTA. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.5201>
- Gunawardane, N., & K, T. D. (2020). *Brand Activation in Driving Customer Engagement: Theoretical and Practice Review*. *The International Journal of Business & Management*, 8(5). <https://doi.org/10.24940/theijbm/2020/v8/i5/bm2005-003>

- Hikami, S., & Sukresna, I. M. (2024). Strategi Aktivasi Merek KH-Q untuk Meningkatkan Kesadaran Merek (Studi Kasus *Brand* Air Minum Dalam Kemasan KH-Q). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(2), 891. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i2.3375>
- Karo-Karo, I. R., & Rohani. (2018). *MANFAAT MEDIA DALAM PEMBELAJARAN*.
- Kurniasih, E. (2019). MEDIA DIGITAL PADA ANAK USIA DINI. Dalam *Jurnal Kreatif* (Vol. 9, Nomor 2).
- Nur Cahyo, K., & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika. Dalam *Journal of Information System Research (JOSH)* (Vol. 1, Nomor 1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). Dalam *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Putri, B. A., Kn, J., Ahmad, J. K., Ciputat, D.-C., & Selatan, J. (2023). PENGARUH BRAND ACTIVATION TRI INDONESIA DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PERDANA H3RO THE EFFECT OF TRI INDONESIA'S BRAND ACTIVATION IN INSTAGRAM ON INTEREST TO BUY H3RO PROVIDER. Dalam *Jurnal Bincang Komunikasi* (Vol. 1, Nomor 1). <https://www.opensignal.com>
- Rachmaniar, N. A., Rachmawati, I., Mutohari, A. S., & Kusnadi. (2023). PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE ECO STRAW DARI PATI JAGUNG MENGGUNAKAN METODE PEMASARAN TERINTEGRASI. Dalam *JURNAL GRAFIS* (Vol. 2, Nomor 1).
- Rizal Masdul, M., & Masdul, M. R. (t.t.). *Komunikasi Pembelajaran Learning Communication*.
- Situmorang, J. R. (2008). *Mengapa Harus Iklan?*
- Susanti, F. (2015). *Pengaruh bauran pemasaran... (Febsri Susanti) PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KLIEN DALAM MEMILIH RADIO CARANO SEBAGAI MEDIA PROMOSI IKLAN* (Vol. 3, Nomor 1).
- Yusuf, F. (2016). OPTIMALISASI PROGRAM *BRANDING* DAN AKTIVASI MEREK DI ERA DIGITAL. Dalam *Jurnal Komunikasi* (Vol. 1).
- Zaini, A., Dakwah, D., Stain, K., & Abstrak, K. (2014). *DAKWAH MELALUI MEDIA CETAK*.

Syber Internet:

- Fimela.com. (2012). *Kopi TORABIKA DIET*. Fimela.com.
<https://www.fimela.com/lifestyle/read/3713948/kopi-torabika-diet>
- Handayani, I. (2020). *Festival Kopi Lokal Kekinian Kembali Hadir di Lippo Mall Kemang*. Investor.id. <https://investor.id/business/205348/festival-kopi-lokal-kekinian-kembali-hadir-di-lippo-mall-kemang>
- Laraspati, Angga. (2023). Benarkah Minum Kopi Bisa Picu Diabetes? Berikut Penjelasannya. DetikHealth; detikcom. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6667211/benarkah-minum-kopi-bisa-picu-diabetes-berikut-penjelasannya#:~:text=Salah%20satu%20alasan%20kopi%20dikatakan,darah%20dalam%20jangka%20waktu%20singkat>.
- Pittara. (2014). Diabetes. Alodokter; Alodokter.
<https://www.alodokter.com/diabetes>
- Prodjo, Wahyu Adityo. (2023, June 25). *6 Faktor Penting yang Memengaruhi Customer Journey, Jangan Lewatkan!* KOMPAS.com; Kompas.com.
<https://umkm.kompas.com/read/2023/06/25/110000483/6-faktor-penting-yang-memengaruhi-customer-journey-jangan-lewatkan->
- Prudential. (2021). *Kenali Ciri-ciri Diabetes di Usia Muda*. Prudential.co.id.
<https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/kenali-ciri-ciri-diabetes-di-usia-muda/>
- Rosadi, Dodi (2020). *Tren Minum Kopi Sebagai Gaya Hidup*. Kumparan; kumparan. <https://kumparan.com/dodirosadi007/tren-minum-kopi-sebagai-gaya-hidup-1uNR9kCdiK7/2>
- Rosyda. (2021). *Teori Perilaku Konsumen: Pengertian, Faktor dan Aplikasi dalam Bisnis - Gramedia Literasi*. Gramedia.com.
https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/?subid=835a9fbf-cfcf-4bb0-a938-a14c7b427d57&subid1=6227ce28371bd93cf341fdce#1_Kebudayaan

- Simbolon, F. P. (2017). *BRAND ACTIVATION: PENGERTIAN, MANFAAT DAN CONTOHNYA*. Binus University Business School.
<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/03/brand-activation-pengertian-manfaat-dan-contohnya/>
- Tim Redaksi CNBC. (2024). *Warga RI Sudah Kecanduan Parah, Juara Satu Sedunia!* CNBC Indonesia; [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com).
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240225175344-37-517428/warga-ri-sudah-kecanduan-parah-juara-satu-sedunia>
- Tysara. Laudia. (2022). *Profil PT Nutrifood Indonesia, Sejarah Berdiri, dan Produknya*. Liputan6.com; [Liputan6](https://www.liputan6.com).
<https://www.liputan6.com/hot/read/5151501/profil-pt-nutrifood-indonesia-sejarah-berdiri-dan-produknya?page=2>