

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2006). Copywriting, Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Alvina Fajar, Wibowo, Eko Suseno dan Hendro Riyadi. 2017. Pengaruh Gaya Hidup, Prestise, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang), *Jurnal Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, Volume 2 No 8.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ananda, Maya. (1978). Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan. Jakarta: Mutiara.
- Anggraini, Lia. (2018). Desain Komunikasi Visual. Nuansa Cendekia: Bandung
- Anholt, Simon. (2003). Brand New Justice: The Upside of Global Branding. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Arumsari, R. Y., & Utama J. (2018). KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1, 53.
<http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>
- Arfial Arsad Hakim. 1984. Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra). Yogyakarta: ANDI.
- Daryanto. (2016). Media Pembelajaran. Edisi ke-2. Yogyakarta : Gava Media.
- Durianto, Darmadi. 2011. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Cetakan XX. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002, Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fisher, B. Aurbey. 1990, Teori-teori Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Freddy Rangkuti, (2006). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), hal. 3.
- Hamel, G dan Prahalad, C, K, 1995. Kompetisi Masa Depan. Yakarta : Bina Rupa Aksara.
- Heidrick and Struggles. 2009. The Adoption Of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis.
- Husnawati, H. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)(Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)* (Doctoral dissertation, Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Ilhamsyah, I. "Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital." (2021).
- Jefkins, Frank, 1996, Periklanan, cetakan pertama, Edisi ketiga, Jakarta; PT. Erlangga
- Kotler dan Amstrong. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Mestika Zed. 2003. Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Monle, Lee. and Johnson Carla. 2004. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global.Prenada. Jakarta
- Mulyadi Nitisastro, 2010. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Penerbit Alfabeta Bandung.

- Mustofa Hilmi, M. (2022). Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual. In M. Mustofa Hilmi, Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual (pp. 1-3). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Onong Uchjana Effendy, 2009, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya) hlm. 20.
- Patria, A. S., & Kristiana, N. (2022). *Tipografi*. Penerbit Lakeisha.
- Purnamawati dan Eldarni. 2001. Media Pembelajaran. Jakarta: CV. Rajawali. Sudjana, N. dan Rivai, A. 1992. Media Pengajaran. Bandung: CV. Sinar Baru Bandung.
- Researchers. London: Overseas Development Institute.
- Rustan, Suriyanto. 2008. Layout. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Samaji, R, 2015,Strategi Pengembangan Ekowisata Ngelanggeran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Sekitar Desa Ngelanggeran Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul,Skripsi. Yogyakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sanusi, Anwar, 2014, Metodologi Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.
- Scindler dalam Suhandang, Kustadi. 2010. Periklanan : Manajemen, Kiat dan Strategi, Bandung : Nuansa.
- Start, Daniel, and Ingie Hovland. 2004. Tools for Policy Impact A Handbook for
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).Bandung: Alfabeta.ISSN : 2355-9357e-Proceeding of Management : Vol.5, No.3 Dsemer 2018 | Page 3937
- Susanto. 2011. Potensi Bekatul Sebagai Sumber Antioksidan dalam Produk Selai Kacang. Universitas Diponegoro, Semarang
- Tarigan, Henry Guntur. 1987. Teknik Pengajaran Keterampilan Berbahasa. Bandung: ANGKASA.

Tjiptono, Fandy. 2009. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi

Utama J & Swasty W. (2018). DAYA TARIK VISUAL SEBAGAI BRAND RECALL PADA IKLAN TELEVISI STUDI KASUS IKLAN MIZONE 2012 VERSI “TILT”. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(5), 45. <http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>

Wirata, Delima, and Wijana 2018; Verina 2015; Fc and Lindra 2016; Turnip 2017; Manusia 2008)Fc, Lucky Lhaura Van, and Evi Lindra. 2016. “Sistem Pakar Diagnosa Penyakit THT.”

Yulius, Y. (2016). Peranan desain komunikasi visual sebagai pendukung media promosi kesehatan. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 1(3).