

Daftar Pustaka

- Apa itu Brand?* (2020). Disperdagin.Tanjungpinangkota.Go.Id.
<https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id/index.php/kegiatan/1706-apa-itu-brand>
- Aulia, R., Apsari, D., Maharani Budi Haswati, S., Faza Surya Rusyda, H., Syafikarani, A., Lionardi, A., Rahardjo, S., Farida, A., Tegar Guna Putra, W., & Andriani Barlian, Y. (2022). *EMBRACING THE FUTURE: CREATIVE INDUSTRIES FOR ENVIRONMENT AND ADVANCED SOCIETY 5.0 IN A POST-PANDEMIC ERA*.
- Azalia, S. (2022). *Vegan, Cruelty-free, Clean & Ethical Beauty: Mengapa Standar ini Penting?*
<https://jakartaveganguide.com/post/beauty/vegan--cruelty-free--clean-and-ethical-beauty--mengapa-standar-ini-penting-/329>
- Aziz, Y. A. (2023). *Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode*. <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/#Sugiyono>
- Baladewa. (2023, September 5). *Pengertian ATL, BTL dan TTL dalam Marketing*.
<https://www.bhinneka.com/blog/pengertian-atl-btl-dan-ttl-dalam-marketing/>
- Beachley, A. (2016). *what is brand activation and how do you do it right?*
<https://www.smartcompany.com.au/marketing/what-is-brand-activation-and-how-do-you-do-it-right/>
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170.
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Chandra, J. W., & Keni, K. (2021). *BRAND EXPERIENCE UNTUK MEMPREDIKSI BRAND ATTITUDE PADA*

KONSUMEN SPORTING BRAND (Vol. 23, Issue 1).
<http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>

Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M. S. (2021). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
<https://books.google.co.id/books?id=-uQWEAAAQBAJ>

Dr. M. Anang Firmansyah, S. E. , M. M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*.

Hakim Santoso, A., Kampus Trilogi, J., No, S., Selatan, J., & Korespondensi, P. (2023). Perancangan Fotografi Iklan Vespa Piaggio Dengan Menggunakan Teknik Digital Imaging. *JIKIS*, 03, 2. <http://www.id.vespa.com/id>

Halawa, W. E. S., Triyanto, R., Budiwiwaramulja, D., & Azis, A. C. K. (2020). ANALISIS GAMBAR ILUSTRASI HOMBO BATU NIAS GUNUNGSITOLI. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 193. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18793>

Ilhamsyah, I. (2021). Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital. In *Penerbit Andi*.

Kamilia Asfarizal, N., & Mohd Sharif, N. (2023). Penerimaan Penonton Terhadap Imej Fotografi di dalam Pengiklanan Secara Objektif. *International Journal of Art & Design (IJAD)*, 6(2), 64–76.
<https://journal.uitm.edu.my/ojs/index.php/IJAD/index>

Kecantikan dari alam. (2018). <https://greatmind.id/article/kecantikan-dari-alam>

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019a). *Principles of Marketing*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=neksEAAAQBAJ>

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019b). *Principles of Marketing*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=neksEAAAQBAJ>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *A Framework for Marketing Management*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.
- Laksana, F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1. In *Khalifah Mediatama*.
- Lalitamanik, R., Dra. Apriatni EP, Ms., & Reni Shinta Dewi, S. S. M. S. (2014). *Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AOI) dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang*. 1–10.
- Lia Anggraini S., S. S., & Kirana Nathalia, S. S. (2021). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
<https://books.google.co.id/books?id=GauIEAAAQBAJ>
- Lubis, M., & Ganiem, L. M. (2017). Pencapaian Brand Corporate Melalui Brand Activation Pendekatan Experiential Marketing (Studi Kasus Laboratorium Klinik). *Jurnal Komunikasi*, 9, 1–15.
- Mau Beralih ke Skincare Vegan? Kenalan Dulu dengan Brand Skincare Vegan Ini!* (2023).
<https://www.beautyhaul.com/blog/mau-beralih-ke-skincare-vegan-kenalan-dulu-dengan-brand-skincare-vegan-ini>
- Metode Tester Produk, Penarik Konsumen*. (2022).
<https://linkumkm.id/news/detail/12587/metode-tester-produk-penarik-konsumen>
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
<https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ>
- Mutia Annisa. (2022). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>

- Natasya, N. (2022). *9 Brand Skincare dan Makeup Lokal yang Vegan, Natural atau Organik*.
<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/11/2022/30029/9-brand-skincare-dan-makeup-lokal-yang-vegan-natural-atau-organik>
- Novitasari, V., & Anggapuspa, M. (2022). PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI MAKANAN TRADISIONAL KHAS KOTA SURABAYA UNTUK ANAK USIA 9-12 TAHUN. *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 3(1).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/44294>
- Nurgina, E., Nurhalimah, E. L., Aulia, F. A., Restakirana, F., Azshois, F., & Budiman, H. (2020). Analisis Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Gula Aren Di CV. Candela. *Jurnal Ilmiah Nasional Vol. 2 No. 1 Tahun 2020*, 2(1).
- Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan Pernikahan Kelas Menengah untuk Pendidikan Seni dan Desain. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 21(3), 46–57.
<https://doi.org/10.17509/jpp.v21i3.37462>
- PPM SoM. (2022). *AISAS Model Marketing di Era Digital*.
<https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/>
- Primasanti, H. (2023). *Belajar Desain Grafis Untuk Pemula: Mahir Segala Jenis Desain, Semua Orang Bisa Jadi Desainer*. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=jyrmEAAAQBAJ>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (19th ed.). Alfabeta.
- Putri, C. N. (2022). *Kontribusi Selamatkan Lingkungan, Kumpulkan Kemasan Kosmetik Bekasmu di Sini*.
<https://www.kompas.com/parapuan/read/533170573/kontribusi-selamatkan-lingkungan-kumpulkan-kemasan-kosmetik-bekasmu-di-sini>

- Rizqi, G. (2021). *Skincare Natural, Organik, dan Vegan. Berbeda?*
<https://elle.co.id/author/ghina-rizqi>
- Simpson, Jack. (2016). *What is brand activation & why do you need it?*
- Sugihara, Y. F. (2024). *Kosmetik Vegan kian Menawan, Rawat Kulit Sambil jaga lingkungan* [Broadcast].
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240704160825-35-551837/kosmetik-vegan-kian-menawan-rawat-kulit-sambil-jaga-lingkungan>
- Supriyono, R. (2020). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* (M. Agustina, Ed.; 10th ed.). ANDI.
- Tjahyadi, R. A., Kuswoyo, C., Lu, C., & Irianto, W. (2021). PENGARUH EDUKASI PELANGGAN PADA LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS JASA. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.
- Varma, Dr. A., & Ray, Dr. S. (2023). Revolutionizing the Indian market through eco-friendly sustainable products: The rise of vegan beauty inspired by nature. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*, 5(2), 18–26.
<https://doi.org/10.33545/26633329.2023.v5.i2a.128>
- Wahyuningsih, S. (2020). *Desain Komunikasi Visual*.
- Wicaksana, S. A., Psi, S., Psi, M., Safira, P., Lunadevy, A., Lolia, T., Veronica, M., Soedira, G., Kartika, M. H., Novira, D., & Putri, W. (2022). *KUNCI MEMENANGKAN BISNIS*.