

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhriani, M., Fadhilah, E., & Kurniasari, F. N. (2016). Hubungan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Kegemukan pada Remaja di SMP Negeri 1 Bandung (Correlation of Sweetened-Drink Consumption with Obesity Prevalence in Adolescence in State Secondary School 1 Bandung). *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 3(1), 29-40.
- Akbar, B. M., Nurbani, S., & Lawe, I. G. A. R. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI TOKO KOPI BANJARAN. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- Ambrose, G., & Harris, P. (2003). *The Fundamentals of Creative Design*. London: AVA Publishing.
- Ardhi, Y. (2013). Merancang media promosi unik dan menarik. Yogyakarta: TAKA publisher.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Ahmad, A., Azrin, M., & Firdaus, F. (2019). Tingkat Daya Tahan Jantung Paru Pada Pusat Pendidikan dan Latihan Pelajar Atlet Sepak Bola (PPLP) Pekanbaru Menggunakan Metode Lari 12 Menit. *Jurnal Ilmu Kedokteran (Journal of Medical Science)*, 13(2), 21-26.
- Baran, S. J. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa, Buku Jilid 1*. Salemba Empat, Jakarta.
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh brand awareness, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace shopee (studi pada mahasiswa stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular. (2019). *Minuman Manis Tingkatkan Risiko Kematian Dini, Menurut Penelitian Harvard*. Jakarta: Kemenkes RI 2019. <http://p2ptm.kemkes.go.id/artikel-sehat/minuman-manis-tingkatkan-risiko-kematian-dini-menurut-penelitian-harvard>.

- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh iklan online melalui instagram terhadap keputusan pembelian bagi peningkatan penjualan produk kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadika*, 3(1), 3.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3-24.
- Gultom, D. K., & Hasibuan, L. P. (2021, June). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Handphone. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 214-225).
- Gunawan, F. A. (2014). Analisa Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-14.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hana, A. N. H. (2022). Pengaruh Kebiasaan Mengkonsumsi Minuman Kemasan Dan Berpemanis Terhadap Berat Badan Remaja.
- Harahap, N. (2020). Penelitian kualitatif. Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing
- Hidayat, A. (2023). *TEORI DESAIN DAN PERANCANGAN LOGO*.
- Ilhamsyah, I. (2021). Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital. Penerbit Andi.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran edisi milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Keller, K, L., (2012). *Marketing Management*, Prentice Hall.
- Kusrianto, A., (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Khotimah, K., Sucherly, Sari, D., & Kaltum, U. (2015). *Event Marketing and Experiental Marketing Towards the Formation of Net Marketing Contribution Margin (Study at PT Garuda Indonesia)*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (Vol. 219).
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2019. *Soda dan Minuman Berenergi Tingkatkan Risiko Kematian Dini*.

- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Lutfillah, M. A. N., & Wibowo, S. (2021). Tingkat kebugaran jasmani tim futsal putri: literatur review. *Jurnal Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Volume*, 9(01), 151-159.
- Mayasari, M., Farich, A., & Sary, L. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi kejadian hipertensi pada kegiatan gerakan masyarakat hidup sehat (germas) di Puskesmas Rawat Inap Kedaton kota Bandar Lampung. *Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa*, 5(2), 56-62.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nurbani, S., & Dewi, N. A. R. (2019). Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken. In *6th Bandung Creative Movement 2019* (pp. 446-450). Telkom University.
- Marsudi, I. (2016). The Contribution of Sports Event To The Income Level of Locals Around. *ACTIVE: Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 5(1), 43-46.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia Jakarta. Bahasa Indonesia.
- Noor, A., (2009). *Manajemen Event*, Alfabeta, Bandung.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, N. K. (2015). Strategi kreatif iklan layanan masyarakat (ILM) dalam pemasaran sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 158-164.
- Octavia, S. A. (2020). *Motivasi belajar dalam perkembangan remaja*. Deepublish.
- Purwaningwulan, M. (2013). Sihir. Iklan Televisi dalam Menstimuli Perilaku Konsumtif Anak-Anak. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 3(1), 63-70.
- Rangkuti, F., (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ramanda, R., Tresnati, R., & Maharani, N. (2019). Pengaruh Event Marketing terhadap Brand Awareness pada Event# Ngopingalagedays5. *Prosiding Manajemen* ISSN, 2460, 6545.

- Riset Kesehatan Dasar (2018). Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementrian RI.
- Riset Kesehatan Dasar Provinsi Bali (2018). Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementrian RI.
- Rohidi, Tjetjep Rohendi (2011). Metodologi Penelitian seni, Semarang: Cipta Prima Nusantara Semarang, CV.
- Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York, United States: McGraw Hill Professional.
- Suriyadi, T. N., & Suryasih, I. A. (2018). Pemanfaatan Taman Kota Lumintang Sebagai Aktivitas Leisure And Recreation Bagi Remaja Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), 85.
- Sutarman, W. (2015). Ruang Kota Sebagai Wadah Aktivitas Remaja Dalam Mengisi Waktu Luang Di Kota Denpasar. *SPACE*, 2(2).
- Soewardikoen, DW, (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*, PT. Kanisius, Yogyakarta.
- Saladin, D. dan Oesman, Y.M, (2002). *Intisari Pemasaran & Unsur-Unsur Pemasaran, Ringkasan Praktis Teori & Tanya Jawab*, Linda Karya, Bandung.
- Sakinah, I. and Muhdar, I.N. (2022) 'Konsumsi Minuman dan Makanan Kemasan serta Aktivitas Fisik Dengan Kejadian Gizi Lebih pada Remaja Di Jakarta', 14(01), pp. 8–14.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S.E., (2005). *Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Siantoro, G. (2021). Analisis Motivasi Masyarakat Bersepeda Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 4(4), 1-5.
- Sumartono, S., & Astuti, H. (2018). Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 15(1).
- Sidik, A. (2019). *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain*.
- Suparta, I. M. (2010). Jenis Hiasan Tatahan Bade. *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 8(1).

- Tasruddin, R., (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif, *Jurnal Al-Khitobah*, (Vol.11.)
- Trisiah, A. (2013). Media Iklan banner Sebagai Media Kampanye Pemilu Legislatif 2014. *Wardah*, 14(2), 187-198.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Widagdo. (1993.) *Desain dan Kebudayaan*, ITB, Bandung.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). *Manajemen Event*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Wigati, S., Rahmawati, D. S., & Widodo, S. A. (2018). Pengembangan youtube pembelajaran berbasis Ki Hadjar Dewantara untuk materi integral di SMA.
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41-49.
- Widyaningrum, D., Sudarsono, B., & Nugraha, A. L. (2017). Analisis Sebaran Reklame Billboard Terhadap Lokasi dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip*, 6(1), 100-109.
- Yulianti, R. D., & Mardiyah, S. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KONSUMSI MINUMAN KEMASAN BERPEMANIS PADA REMAJA. *Jurnal Sains Kesehatan*, 30(3), 90-99.
- Yusi, A., Maulana, G. T., & Ridho, M. (2023). Mengoptimalkan Olahraga dan Kegiatan Fisik untuk Meningkatkan Kualitas Ibadah. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(2), 573-577.