

Daftar Pustaka

- Anggraini, A., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Cibu, B., Delcea, C., Domenteanu, A., & Dunitrescu, G. (2023). *Mapping the Evolution of Cybernetics: A Bibliometric Perspective*. 12.
- Dihni, V. A. (2022). *Jumlah Gamers Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*.
- Figueiredo, J., & Eiriz, V. (2020). *Fragrances' luxury brand extension: consumer behaviour and influences*. 16(2).
- Hanggraito, A. A., & Sanjiwani, N. M. G. (2020). Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14476>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.
- Kholibrina, C. R., & Aswandi, A. (2020). "The Consumer Preferences for New Styx Based Perfume Products Using a Conjoint Analysis Approach." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Higher Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions* (4th ed.). Clark Baxter.
- Li, Z., & Han, B. (2014). Correlations between color attributes and children's color preferences. *Color Research & Application*, 39.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design: The New Basics (Second Edition, Revised and Expanded)*. Chronicle Books.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2006). *Designing Qualitative Research*. SAGE.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising* (8th ed.). Prenadamedia Group.
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi*. Prenada Media.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

- Muhamad, N. (2023). *Mayoritas Konsumen Game Online Main Lebih dari 4 Jam Sehari*.
- Nurusholih, S. (2019). Analisis retorika visual konten iklan produk pada account Instagram Bank BNI. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 199-214.
- Purwaningwulan, M. M. (2012). Daya Tarik Pesan Iklan Humor.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. A., Siswanto, R. A., & Gumilar, G. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI “DIAN SALON MUSLIMAH” BANGKA BELITUNG SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TERHADAP REMAJA. *E-Proceeding of Art & Design*, 8.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Susanto, H. (2018). *Perancangan brand identity dan media promosi Jati Garment sebagai upaya meningkatkan brand awareness*.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Wahyuningsih, Sri. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. UTMPress .
- Wisma Putra. (2022, March 12). *Ada 6 Juta Gamers di Jabar, Setara Populasi Warga Singapura*. Detik Jabar. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-5980378/ada-6-juta-gamers-di-jabar-setara-populasi-warga-singapura>