

Daftar pusaka

- Ainun, N., H. Irianti, R. Awalia, R. Hartina, & A.C. Sari. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal The Messenger, (Januari 2019).
- Darmesta, Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Gitosudarmo, Indriyo. (tanpa tahun). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Herwandi, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Huda, Arifin Miftakhul. (2019). *Perancangan Promosi Samsung Galaxy A6*. 6(2): 1553–1568.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/9478/9348>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Karinov. (2018). *Contoh Analisis SWOT Perusahaan dan Pembuatannya*. <https://karinov.co.id/contoh-analisa-swot-perusahaan>
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*, Edisi 1 Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2019). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, dkk. (2011). *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyani, S. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 3(1), 45–54.

Muliani, A. (2017). *Implementasi Strategi Online PR Tanamera Coffee dalam Menciptakan Brand Image: Studi Kasus terhadap Akun Instagram Tanamera Coffee*. Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara.

Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta:Alfabeta

Prayogo, Adi, dkk. (2023). *Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Ilmu Multidisplin, 1(4): 754–763.

Prawiyogi, Anggy Giri, Tia Latifatu Sadiyah, Andri Purwanugraha, & Popy Nur Elisa. (2021). *Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar*. Jurnal Basicedu, 5(1): 446–452.

Rangkuti, Freddy. (2004). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.

Realino, Dimas, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset, 1(4): 68–81.

Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.

Suara.com. (2024, 19 Maret). *Perbandingan harga jersey Timnas Indonesia Erspo vs Mills, apparel lawas lebih terjangkau*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Syahputra, Muhammad Rifki, Agung Kresnamurti, & Rivai Prabumenang. (2025). *Analisis Brand Image melalui Instagram (Studi Kasus pada Instagram @erspo.official)*. 10(204): 549–563.

taupasar.com. (2020, 28 Mei). *Model AIDMA, AIDA, hingga AISAS dalam dunia pemasaran.*
<https://www.taupasar.com/2020/05/model-aidma-aida-hingga-aisas-dalam.html>

Tang, R., Zhenji Zhang, Xiaolan Guan, & Lida Wang. (2014). *A Study of Short-term Effect Measurement for Information Publication in Government Microblog*. International Journal of Hybrid Information Technology, 7(1): 58.

Virginia, & L. S. Wijaya. (2020). *Analisis AISAS Model Terhadap "BTS Effect" Sebagai Brand Ambassador dan Influencer*. Journal Komunikasi, vol. 11.

Wirawan, F. W., & P. D. Hapsari. (tanpa tahun). *Analisis AISAS Model terhadap Product Placement dalam Film Indonesia: Studi Kasus Brand Kuliner di Film Ada*.

Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit, Igusti Ayu Ari Agung, & I Made Tamba. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*.

Sindonews. (2024, 31 Maret). *Perbandingan desain jersey Timnas Indonesia buatan Erspo dan Mills yang diperdebatkan netizen*.