

DAFTAR PUSTAKA

- Arifrahara, Gema. 2022. PENGARUH BRAND SPONSOR TERHADAP BRAND AWARENESS DI INSTITUSI PENDIDIKAN PADA MEDIA CAT LANTAI. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* Vol. 08 No. 04 Desember 2022. Hal. 467.
- Cahyani, G, Febby. 2016. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*|Vol. 5 No.3 Maret 2016
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Hartanto. (2005). *.Psikologi Ekonomidan Konsume*. Penerbit Bagian Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Depok
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: ANDI.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 . Erlangga. Jakarta.
- Laksana, M. F. (2019) *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lalitamanik, Ratri, et al. "Pengaruh Activity, Interest, Opinion (Aio) Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film Di Bioskop E-plaza Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, vol. 3, no. 3, 2014, pp. 11-21.
- Mardianti, Evi (2021) *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA ONLINE PADA SITUS TRAVELOKA.COM*. Skripsi thesis, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi KeDirgantaraan.
- Moriarty, S., Mitchell, N, Wells, W. 2028. *Advertising*. Jakarta: Prenadamelia Group.
- Morrisan, M. A. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

- Mulyana, Deddy . 2019. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Nurbani, Sri, dan Nanda Ayu Riana Dewi. 2019. Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken. 6th Bandung Creative Movement 2019, Telkom University, hal. 446-450.
- Paulsen, Klaus Somer. (2022). Integrated Storytelling By Design: Concept, Principles and Methods For New Narrative Dimensions. New York: Routledge.
- Pradipta, Dicho, et al. "PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, vol. 34, no. 1, May. 2016, pp. 138-147.
- Puspita, B.S, Ilhamsyah, S.M. Budi. PERANCANGAN REBRANDING IMAGE PLAY WITH PATTERO MELALUI PROMOSI UNTUK ANAK REMAJA KOTA BANDUNG. e-Proceeding of Art & Design : Vol.8, No.5 Oktober 2022. Hal. 3415
- Ridwansyah, Ardhi. 2017. Instant Marketing For Busy People : Rangkuman Intisari Pemasaran. Esensi. Jakarta.
- Rustan, S. 2020. Layout 2020. Jakarta: CV Nulisbuku Jendela Dunia.
- Santiono B., A.Syafikarani, N.N. Ningrum. 2022. PERANCANGAN STRATEGI KREATIF PROMOSI POSKO PARADISE OF THE JUNGLE. e-Proceeding of Art & Design : Vol.8, No.5 Oktober 2022. Hal. 3571
- Soewardikoen, D. W. 2019. Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. PT. Kanisius.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta Bandung
- Supriyono, R. 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono Fandy. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi. Yogyakarta.