

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Agung, L. (2017). *Pengantar Sejarah Dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ananda, M. (1978). In *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan* (p. 63). Jakarta: Mutiara.
- Arifin, A. (1994). *Strategi Komunikasi*. Bandung: CV Amrico.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV Rajawali.
- Blauch, E. (2014). "Pop Melayu vs Pop Indonesia : New Interpretation of a Genre Into the 2000s" dalam Bart Barendgert *Sonic Modernities in the Malay World: A History of Popular Music, Social Distinction and Novel Lifestyles (1930s-2000s)*. Leiden: Brill.
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124-139.
- David, F. R. (2005). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Duncan, T. (2005). *The Principles of Advertising & IMC* (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Engel, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen* (6 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Flew, T. (2008). *New Media : an Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- George, & Belch, M. A. (2001). *Advertising and Promotion; an Integrated Marketing Communication Perspective*. Boston: McGraw-Hill.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. In *Journal of International Social Research* (Vol. 10).
- Herman, M. (2017). Bandung: Alfabeta.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Penerbit Andi.
- Jefkins, F. (1995). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (2005). In *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning* (p. 48). Jakarta: Pustaka Utama.

- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2019, Februari 11). *Ekspor Alat Musik Makin "Nyaring"*. Retrieved from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/20246/Ekspor-Alat-Musik-Makin-%E2%80%98Nyaring%E2%80%99>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Phillip, & Gery. (2012). In *Principle of Marketing* (p. 255). England: Pearson Education Limited.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Moriarty, S. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2008). In *Manajemen Media Penyiaran* (p. 193). Jakarta: Prenadamedia.
- Naima, P., & Sardjono, B. (2018). *Museum Seni Kelompok Lima Bandung*. Bandung: Doctoral Dissertation, UNDIP.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novitasari, D. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 6(1), 56. Retrieved from <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514/576>
- Nurusholih, S. (2019). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, 4(2), 197-212. Retrieved from <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>
- Pujirianto. (2005). *Pengantar Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: ANDI.
- Roman, K., Maas, J., & Nisenholtz, M. (2005). *How to Advertise: Membangun Merk dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputido.
- Rustan, S. (2009). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R., & Stuart, E. W. (2002). *Marketing : Real People, Real Choices*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stevenson, G. A. (1992). *Graphic Art Encyclopedia* (3 ed.). (W. A. Pakan, Ed.) Design Press.

- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secret of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Adversiting Agency*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(1), 1-16. Retrieved from <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/1294/1038>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wallach, J. (2003). *"Goodbye My Blind Majesty : Music, Language, and Politics in the Indonesian Underground"*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Widyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yatim, R. (2010). *Metodologi Penelitian* . Surabaya: Penerbit SIC.