

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Amalia, A. C., & Putri, G. S. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Surakarta. *20(2)*.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *The Fundamentals of Graphic Design*. Lausannae, Swiss: AVA Publishing.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA.
- Baran, J. S. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa : Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Darmaprawira. (2002). *Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis : Konsep. Edisi Sepuluh*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dissanayake, R., & Gunawardane, R. (2018). Brand Activation. *A Review on Conceptual and Practice Perspectives*, 40.
- Endra, Y., & Raihany, R. (2024, Maret 31). *Suara.com*. Retrieved from www.suara.com:
www.suara.com/entertainment/2024/03/31/214500/kontennya-dipuji-kreatif-segini-tarif-endorse-fadil-jaidi-yang-bikin-syok-warganet
- Getz, D. (1997). *Title, Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Hakim, & Rahman, A. (2017). *Perubahan Struktur Ekonomi dan Kesempatan Kerja di Indonesia (Analisis Input Output)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Husnawati. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Motor Honda.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Kasali, R. (1998). *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khotimah, K. (2016). Event Marketing and Experiential Marketing Towards the Formation of Net Marketing Contribution Margin (NMCM). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 431-439.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran. In P. Kotler, *Manajemen Pemasaran* (pp. 601-603). Jakarta: Prenhallindo.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moriarty, S. (2017). *Advetising*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Prasetya, I. S. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7), 1-15.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, A. M., & Siswanto, B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Sanyoto, E. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Saphira, K. D., Nurusholih, S., & Barlian, Y. A. (2022). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK FESYEN SETUNGGAL DI BANDUNG. *eProceedings of Art & Design*(9), 5.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Simbolon, F. P. (2017, 7 13). *BRAND ACTIVATION: PENGERTIAN, MANFAAT DAN CONTOHNYA*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/03/brand-activation-pengertian-manfaat-dan-contohnya/
- Siregar, D. (2011). *P3i Pusat*. Retrieved from www.p3i-pusat.com: <http://www.p3i-pusat.com/berita/214-out-of-home-dan-brand-activation>
- Soewardikoen, W. D. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kansius.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGrawHill.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, S., & Kleinsteuber, F. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. 107-116.
- Widagdo. (1993). Desain, Teori, dan Praktek. *Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni, III(03)*, 15-31.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan! Dalam Bisnis, Third Edition*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yudhana, I. G. (2004). *Mengenal Ragam dan Manfaat Teh*. Retrieved from Indomedia: www.indomedia.com