

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2020). *Manajemeny Mutu Terpadu*
- A., Morissan M. dkk.2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- A, Morissan M. (2018) *Managemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Telivisi*
- Arief S. Sadiman, (2006). *Media pendidikan: Pengertian, pengembangan dan pemanfaatannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- A, Shimp. Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*
- Baron, R. A. dan Byrne.D. (2005). *Psikologi sosial.Jilid 2*. Alih Bahasa: Ratna Djuwita.Edisi kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Boyd, Harper W, Orville C.Walker, Jean-Claude Larreche.2000.*Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*
- 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*,
- Gierveld, dkk. 2006 *Dini dan Indrajati*
- Gie. 2020. *Manajemen Keuangan : Pengertian, Tujuan, Fungsi, Prinsip, dan Tips Pengelolaannya*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/manajemenkeuangan>.
- Halim, Dariyo. 2016. Hubungan Psychological Well-Being dengan Loneliness pada Mahasiswa yang Merantau. *Jurnal Psikogenesis*, Vol 4 No.2 171-173
- Ilhamsyah. 2021. *Pengantar Strategi Kreatif Adverting Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kasali, Rhenald, 2007, *Manajemen periklanan, konsep dan aplikasinya di Indonesia*
- Keller, K. 2013. *Strategic Brand Management Pearson Education*.
- Kotler,P.,&Keller,K. (2016) . *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey:Pearson Education, Inc.
- Kristiani, Marika. 2007. *Tingkat Kesenian Pada Siswa Sma Negeri 3 Semarang Ditinjau Dari Efektivitas Komunikasi Orangtua Dan Remaja*.
- Kriyantono, R. 2020 *Teknik praktis riset Komunikasi kunatitatif dan kualitatif disertai contoh praktis skripsi, Tesis, dan Disertai media Public Rekatuins, Advertising Komunikasi Pemasaran Wawamangun: Prenandamedia Group*.
- Latare, Natasia, Yolanda, 2022. *Pengaruh Perilaku Menyimpang Pengguna Tinder Terhadap Citra Aplikasi Kencan Tinder*

- Laughlin, P. 2014. *Holistic Customer Insight As an Engine of Growth. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*
- Sufiyono (2018). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Irawan (2005) . *Yliaanti Ihngsih dan Rahardjo*
- Syafikarani, A. (2022). *Strategi Promosi Wisata Alam Situ Cisanti Di Desa Wisata Tarumajaya Kabupaten. Bandung*
- Syafikarani, A. (2021) *Perancangan Strategi Promosi UMKM Mochi Kaswari Lampion Di Kota Sukabumi.*
- Syafikarani, A. (2023) *Perancangan Kampanye Edukasi Plastik Sekali Pakai Pada Pasar Tradisional Dan Masyarakat Di Kota Bogor.*
- Sugiyama,K., & Andre,T. 2019. *The Dentsu Way*.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021) *Metedologi Penelitian Desain Komunikasi Visual Edisi Revisi.*
- Swastha., Irawan., 2014 *Madjukie*
- Salmiah, dkk, 2020. *Online Marketing*