

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). *Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, 1(1), 1-14.
- Brilliantia, N., & Fathah, A. H. A. (2022). *Promosi Digital Wisata Kuliner Peneleh Melalui Pendekatan AISAS dan Word-Of-Mouth*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 3(1), 102-116.
- Danindro, Muhammad Rayhan, Apsari Wiba Pamela, and Rahmiati Aulia. "STRATEGI PERANCANGAN PROMOSI BRAND TAS PEREMPUAN EXPORT DI KOTA JAKARTA." *eProceedings of Art & Design* 10.6 (2023).
- Durianto, Darmadi ; Sugiarto: dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Ekuity Ten (strategi memimpin pasar)*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Elisabeth, N., Yulika, F., & Waspada, A. E. B. (2018). *Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat tentang Pelecehan Seksual pada Anak di Kota Medan*. ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 4(02), 188-195.
- Hakim, Budiman. (2006). *Lanturan tapi Relevan*. Yogyakarta: Galangpress.
- Handoko, Surya, et al. "Perancangan Ilustrasi Kaos Anak Berbasis Augmented Reality pada Filter Instagram." *Jurnal Bidang Penelitian Multimedia* 1.2 (2023): 63-70.
- Hasian, I., & Putri, I. (2021). *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*. Magenta Official Journal STMK Trisakti, 5(1), 726-739.
- Huda, M. (2017). *Pengaruh Merchandising dan Promotion Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Toko Basmalah Sidogiri*. JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering), 4(3).
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif* (D. Arum, Ed.). ANDI.
- Junaidi, J. (2019). *Peran Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Mengajar*. Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan, 3(1), 45-56.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.

- Moriarty, Sandra. (2018). *Advertising*. Edisi ke depan. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Muallimah, H. (2021). *Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual*. Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif, 3(2), 1-10.
- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). *Analisis Komunikasi Pemasaran Go-pay Melalui Promosi Cashback*. Prologia, 4(2), 332-338.
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(1).
- Sarastuti, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. Visi Komunikasi, 16(01), 71-90.
- Satria, Dhimas Adi, Rokhmatullah B. Firmansyah, and Aditya Akbarsyah Basuki. "Implementasi Augmented Reality Berbasis Filter Instagram Pada Penerapan Media Pembelajaran Tentang Pengenalan Tata Surya." *JURNAL ILMIAH INFORMATIKA* 11.01 (2023): 63-68.
- Suwandi, F. (2015). *LKP: Pengaplikasian Teknik Fotografi dalam Desain Brosur Cekrak-Cekrik Wedding Organizer* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). *Fungsi Promosi dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado*. ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 4(5).
- W. Moriarty S, M. N. (2009). *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia
- Yusnita, M. (2020). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Alprin.