

DAFTAR PUSTAKA

- 21 Solo. Skripsi. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ariprahara, G. (2012). Kajian analisis identifikasi iklan luar ruang wall painting. *Visualita*, 4(1), 266919.
- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*, edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52-58.
- Dagun, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengakajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Darmaprawira, Sulasmi. (1989). *Warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Pendidikan
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2005) *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Euromonitor International. (2021). Top 10 global consumer trends 2021. Euromonitor International. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>
- Fachrunnisa, C. (2020). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Fandy Tjiptono, 2008 *.Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (AW). *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 37-48.
- Hardy, G. (2011). *Smashing logo design: The art of creating visual identities*. John Wiley & Sons.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif : Advertising Era Digital*, ANDI, Yogyakarta.
- Indriyanti. 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan*
- J. Supranto. 1997. "Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan". Jakarta: Rineka ipt
- Jalita. 2018. "Pemanfaatan Media Luar Ruang sebagai Media Penyebaran Informasi KNPI Aceh". Skripsi. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Jayanti, S. E., & Siahaan, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy Mahasiswi STIE Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 37-42.
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh iklan media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Prologia*, 5(2), 307-312.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, PT. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana.
- Kusrianto, A. (2013). *Pengantar tipografi*. Elex Media Komputindo.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.

- Malhotra. 2005. Riset Pemasaran. Jilid I. Edisi 4. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Moleong, L.J.(2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, dkk. (2009). Advertising, Edisi Kedelapan. Jakarta: Kencana
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi.
- 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), 199-214.
- Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Poulin, Richard. 2011. The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for Understanding Fundamental Design Principles. Massachusetts, USA: Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group.
- Prasetya, I. S., & Widyawati, N. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(7).Prenada Media Group.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara
- Realme. (2024). Unsur Garis Pada Desain Grafis. realme Community. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari <https://c.realme.com/id/post-details/1277998968285962240>
- Sianihaan, M. (2024, Juni 19). Generation Z in Indonesia - statistics & facts | Statista [SNIPPET]. Statista. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari <https://www.statista.com/topics/12373/generation-z-in-indonesia/>
- Soewardikoen, DW, (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, PT. Kanisius, Yogyakarta.

- Sofiani, S., & Yulia, T. P. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Cihideung Udik Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata. *HOSPITALITY AND TOURISM*, 6(2), 23-29.
- Sudrartono, T., Listianti, Y., Martowinangun, K., & Juhaeni, D. Y. (2021). Pendampingan Menumbuhkan Minat Usaha Terhadap Generasi Muda Anggota Paskriba Angkatan 2019 Kota Bandung Jawa Barat. *PADMA*, 1(1), 84-92.
- terhadap Keputusan Pembelian Buku di Togamas Jl. Dr. Moewardi
- Virgorine, D. V., Utama, J., & Sumargono, I. (2019). Perancangan Promosi Sepatu Bata Power Connect Balance. *EProceedings of Art & Design*, 6(2).
- World Instant Noodles Association. (2024). Global demand for instant noodles. World Instant Noodles Association. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>
- Yatim Riyanto, 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya : Penerbit SIC.
- Wallace, Steve. 2012. Brand activation: Bringing Brands to Life!.
- Prihantono, Dwi Nurul. 2018. Pemasaran Destinasi Branding Melalui Aktivitas Brand. *Jurnal Akrab Juara Volume 3 Nomor 2 Edisi Mei 2018* (122-135)
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. Special Event. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Respitasari. 2018 "brand activation bandeng mentari".
- Siregar, Denny. 2011. Out of Home dan Brand Activation.