

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, P. W., Yanti, C. P., & Sudipa, I. G. I. (2023). Teknologi Augmented Reality (Ar) Pada Lontar Prasi Bali. In *Sonpedia.Com* (Vol. 1). https://books.google.com/books/about/TEKNOLOGI_AUGMENTED_REALITY_AR_PADA_LONTAR.html?id=LzHPEAAAQBAJ
- Alwi, H. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Asiani, F. (2020). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Anak Hebat Indonesia.
- Christian, A. S. S. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Merek Perusahaan, Kesadaran Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Journal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(8), 766–779. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1590>
- Cross, M. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Syngress Elsevier.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Firmansyah, M. A. (2024). *Bandung Dingin di Malam Hari dan Panas di Siang Hari, Masyarakat Diharapkan Meningkatkan Daya Tahan Tubuh dengan Menjalani Pola Hidup Sehat*. [https://bandungbergerak.id/article/detail/1597654/bandung-dingin-di-malam-hari-dan-panas-di-siang-hari-masyarakat-diharapkan-meningkatkan-daya-tahan-tubuh-dengan-menjalani-pola-hidup-sehat#:~:text=Pada siang hari%2C udara terasa,dan masa pancaroba \(peralihan\).](https://bandungbergerak.id/article/detail/1597654/bandung-dingin-di-malam-hari-dan-panas-di-siang-hari-masyarakat-diharapkan-meningkatkan-daya-tahan-tubuh-dengan-menjalani-pola-hidup-sehat#:~:text=Pada%20siang%20hari%20udara%20terasa,dan%20masa%20pancaroba%20(peralihan).)
- Fitria, R. (2022). *Poster Digital Berbasis Canva*. Yayasan Pendidikan

Cendekia Muslim.

glints. (2020). *No Title Ingin Brand Lebih Diingat? Tentukan Dulu Brand Personality yang Kuat!* <https://glints.com/id/lowongan/brand-personality-adalah/>

Hasbun, B., & Endang, R. (2016). Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan Dengan Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*.

Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative.

Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi.

Imasari, K., & Lu, C. (2010). Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU di Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.

Medcom. (2023). *Cat Eksterior Sebaiknya Tak Digunakan untuk Interior Rumah, Ini Alasannya*. Properti. [https://www.medcom.id/properti/tips-properti/zNAA27vN-cat-eksterior-sebaiknya-tak-digunakan-untuk-interior-rumah-ini-alasannya#:~:text=Cat eksterior%2C tidak seperti cat,sinar UV%2C dan suhu ekstrem.](https://www.medcom.id/properti/tips-properti/zNAA27vN-cat-eksterior-sebaiknya-tak-digunakan-untuk-interior-rumah-ini-alasannya#:~:text=Cat%20eksterior%2C%20tidak%20seperti%20cat,sinar%20UV%2C%20dan%20suhu%20ekstrem.)

Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2018). *Advertising*. Prenadamedia Group.

Morrison. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. prenadamedia Group.

Nippon Paint. (2020). *Nippon Weatherbond Solareflect*. Products. <http://www.nipponpaint-indonesia.com/products/eksterior-n->

atap/dinding-eksterior&func=view&pid=7

- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Deepublish.
- Patria, R. (2022). *8 Contoh Media Sosial Populer untuk Promosi Bisnis*. DomaiNesia.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (E. Risanto (ed.)). Penerbit Andi.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang)*.
- Refianto, A. (2009). *Sistem Kerja Biro Iklan Media Lini Bawah di PT. Cipta Warna Pesona (D'Network)*.
- Ridwansyah, M. I. (2017). *Layout Pada Aplikasi Android*. Medium.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Salsabila, D. (2022). *5 Contoh Copywriting untuk Tingkatkan Penjualan, Seller Olshop Wajib Coba! MySkill*.
- Sawa, B. B. (2014). *Teori Tipografi Jenis Huruf Part 1*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media.
- Stone, M., Bond, A., & Foss, B. (2004). *Consumer Insight: How to Use Data and Market Research to Get Closer to Your Customer*. Kogan Page.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross*

Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency. McGraw-Hill Education.

Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran.* Penerbit Andi.
https://www.google.co.id/books/edition/PERILAKU_KONSUMEN/9H6REAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global.* CAPS.

Tokopedia. (2022). *Tips Memasarkan Produk dengan Teknik Soft Selling.* Tokopedia.

Wahyu. (2021). *Mengenal X Banner Sebagai Media Promosi Dan Keunggulannya.* Snappy.

Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis.* Anak Hebat Indonesia.

Wilin, G. S., Pelapis, C., & Bocor, A. (2018). *Bisma, Vol 2. No 9, Januari 2018.* 2(9), 1829–1839.