

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung, CV.Pustaka Setia.
- Agustino, R. (2024). Perancangan Ulang Lemari Penyimpanan Produk Repaint pada UKM SBS Garage And Paint.
- Alfendri, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG SOUVENIR DI ISTANA SIAK DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.
- Ariesda, T. E. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Frestea di Televisi dan Terpaan Komunikasi Word of Mouth.
- Desara, I. (2023). Analisis Strategi Media Produk Wardah Dalam Membangun Brand Awareness.
- Fairus. (2020). ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL ATAS SISTEM DAN PROSEDUR PENGGAJIAN DALAM USAHA MENDUKUNG EFISIENSI BIAYA TENAGA KERJA PADA PT PANCARAN SAMUDERA TRANSPORT, JAKARTA.
- Febriansyah. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang.
- Harmonika. (2023). UTILIZATION OF THE HARVEST EXPRESS INSTAGRAM AS SOCIAL MEDIA FOR MARKETING COMMUNICATION.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: Andi.
- Iskandar, N. M. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PENGARUH BRAND AWARENESS*.
- Jiwa Utama, W. S. (2018). DAYA TARIK VISUAL SEBAGAI BRAND RECALL PADA IKLAN TELEVISI . *STUDI KASUS IKLAN MIZONE 2012 VERSI "TILT"*.
- Julfian. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Supermi Nutrimi Di Televisi Terhadap Brand Awareness.
- Muhamad, N. (2022). ENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT.

- Nindya. (2022). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERCEIVED VALUE, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE IPHONE PADA MAHASISWA STEI JAKARTA.
- Pratama, R. A. (2019). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KESADARAN MEREK DAN SIKAP PADA MEREK AQUA (Studi Kasus Iklan Humor Aqua Versi Berbicara Jepang). *Ekonomi Bisnis*.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan. .
- Runiyawati. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI (Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan Timur, Kecamatan Pulogadung).
- Saputra, O. (2017). PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN KERIPIK NENAS DAN KERIPIK NANGKA DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT DAN QSPM DI HOME INDUSTRYSINAR HIDAYA.
- Soewardikoen. (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual.
- Theodora, H. (2023). STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TELKOM INDONESIA CABANG MAUMERE.
- Utomo. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Brand Ambassador NCT Dream dan Brand Image Terhadap Mie Lemonilo DI Bekasi TImur.
- Yogantari, M. &. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar.