

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. (2007), *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Anggraini & Nathalia. (2014), *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Armstrong dan Philip Kotler. (2003), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Antara. (2017). *Catat! Jokowi: Teknologi Digital Ubah Gaya Hidup Masyarakat Indonesia*. Okenews. 09 Oktober 2019. Tersedia di <<https://nasional.okezone.com/read/2017/10/09/337/1791373/catat-jokowi-teknologi-digital-ubah-gaya-hidup-masyarakat-indonesia>> [15 Juni 2020]
- Turban, Efraim. (2012), *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Seventh Edition. Oklahoma: Oklahoma State University
- Hutapea, Erwin. (2019). *Literasi Baca Indonesia Rendah, Akses Baca Diduga Jadi Penyebab*. 23 Juni 2019. Tersedia di: <https://edukasi.kompas.com/read/2019/06/23/07015701/literasi-baca-indonesia-rendah-akses-baca-diduga-jadi-penyebab> [15 Juni 2020]
- J. Paul, Peter dan Jerry C., Olson. (2010), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Edisi Kesembilan. New York: Mc Graw Hill.
- Kadi, David. (2017) *Pengembangan Aplikasi Mobile Objek Wisata Secara Real Time Dengan Augmented Reality di Kabupaten Sumba Barat Daya*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tersedia di <<http://e-journal.uajy.ac.id/11939/4/3MTF2431.pdf>> [2 Juni 2020]
- Rangkuti, Freddy. (2009), *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2007), *Manajemen Periklanan*. Jakarta: pustaka utama graffiti.

- Kotler, P. (2000), *Menejemen Pemasaran Milenium*. jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta:PT. Indeks.
- Kusrianto, A. (2009), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lubis, Mila. (2018). Perubahan Gaya Hidup Meningkatkan Kebutuhan Akan Kenyamanan Bagi Konsumen. Nielsen, [Nielsen.com] 20 Agustus 2018. Tersedia di: <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2018/perubahan-gaya-hidup-meningkatkan-kebutuhan-akan-kenyamanan-bagi-konsumen/> [15 Juni 2020]
- Marceline, L. (2016) Staregi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. Jurnal Performa, [e-jurnal] vol 1, No 11, hal 89 . Tersedia <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/108> [13 Juni 2020]
- Moriarty, Sandra. (2009). *Advertising*. Jakarta: Prenada Media grup
- Mowen, J C. dan Minor, M. (2001), *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta:PT Penerbit Erlangga
- Mutmainah, Faqia Faiqotul dan Wirasari, Ira. (2019) Perancangan Promosi Aplikasi BCA Sakuku. Universitas Telkom. Tersedia di < https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/151191/jurnal_eproc/perancangan-promosi-aplikasi-bca-sakuku.pdf>
- Nursalim. (2014), *Iklan Dan Implikasinya Dalam Pendidikan. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Volume (17), hal.256.
- Purba, Yeriko Naektua. (2015). Perancangan Branding Lokananta Sebagai Digital Library Pertama Museum di Indonesia. [Skripsi]. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Puslitjakdikbud (2019) Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi, Jakarta:Puslitjakdikbud [e-book] Tersedia di:

http://repositori.kemdikbud.go.id/13033/1/Puslitjakdikbud_Indeks%20Aktivitas%20Literasi%20Membaca%2034%20Provinsi [02 Mei 2020]

Rakhmawati, Ai Rika. (2018). Jumlah Pengguna Internet Jabar Terbesar di Indonesia. *Pikiran Rakyat*, [pikiran-rakyat.com]. 4 Oktober 2019. Tersedia di: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01320465/jumlah.pengguna-internet-jabar-terbesar-di-indonesia>

Ramadhan, Gusti. (2019) Perancangan Promosi Wisata Bukit Alam Hejo Majalengka. Skripsi. Universitas Telkom.

Ratna, Nyoman Kutha. (2010), *Metode Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Riswandi. (2009), *Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Graha Ilmu.

Schiffman dan Kanuk, Amelia. (2004) Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.

Siegler, M. (2008). Analyst: There's a great future in iPhone apps. *Venture Beat*, [venturebeat.com]. 11 Juni 2008. Tersedia di: <https://venturebeat.com/2008/06/11/analyst-theres-a-great-future-in-iphone-apps/>

Solomon (2009). *Consumen Behavior*. Gramedia: Jakarta.

Solomon, M.R dan Rabolt, N. (2009), *Consumer Behavior in Fashion*. Edisi kedua. USA: Prentice Hall

Sugiyama, Kotaro & Tim Andree. 2011. *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc

Thabroni, Gamal. (2019). *Tipografi: Parameter, Prinsip & Penjelasan Lengkap*. Serupa.id. 23/08/2019. Tersedia di: <https://serupa.id/tipografi/> [15 Juni 2020]

Tinarbuko, Sumbo. (1998). *Memahami Tanda, Kodem dan Makna Ilkan Layanan Masyarakat*. [Tesis]. Institut Teknologi Bandung.

Tjiptono, F. (2005) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wafda, Dini Nurul. (2019). Perancangan Promosi Vegeblend 21 Junior. Skripsi. Universitas Telkom.

Wang, Hsiu-Yu, Liao, Chenchen dan Yang, Ling-hui. (2013) What Affects Mobile Application Use?. National Chung Cheng University. Tersedia di: <<https://pdfs.semanticscholar.org/213f/bf5121b1872c0d98565890c63d63851d3d85.pdf>>

Wheelen, Thomas L. dan Hunger, David J. (2004), *Strategic Management and Bussiness Policy*. Edisi Kesembilan. New Jersey: Prentice Hall.