

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Muhammadin dkk., Strategi Pemasaran, (Yayasan Kita Menulis, 2021), h.172
- Alexander Wirapraja dkk., Manajemen Pemasaran Perusahaan, (Yayasan Kita Menulis, 2021), h.1 & 68
- Bambang D. Prasetyo & Nufian S. Febriani, Strategi Branding: Teori & Perspektif (UB Press: Malang, 2020), h 17
- Danang Sunyoto, Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis, (Yogyakarta: Center For Academic Pubhlinging Service, 2013), h. 195
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M., Komunikasi Pemasaran, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media. 2020), h.2
- Ebbert & Griffin, Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh, (Erlangga:Jakarta, 2014), h.443
- Hermawan, Komunikasi Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Kotler & Susanto, Manajemen Pemasaran Di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.545 & 863
- M Taufiq Amir, Manjemen strategik : Konsep dan Aplikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 6
- Philip Kotler Dan Gery Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 (Jakarta:Erlangga, 2006), h 271
- Tjiptono, fandy, strategi pemasaran, yogyakarta:andi offset, 1995, hal. 206
- Ujang Sumawarman & Fandy Tjiptono, Startegi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018), h. 59, 67

Sumber Jurnal:

- Aida Zahrotu Amalia dkk, “Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kartu GSM Prabayar Simpati (Studi Kasus Pada Konsumen Kecamatan Pedurungan), “Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis: 4, diakses pada 15 September, 2019.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/6254>

Arifrahara, G. (2020). Visual Communication Morphology Study in Stall Banner of Street Vendors in Lamongan. In Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities – Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019) (pp. 75–79).

A. Syafikarani, “REPRESENTATION OF MASCULINITY AS A POPULAR CULTURAL ATTRIBUTION IN VT X BTS ADVERTISING ‘TIME TO SHINE’”, *Visualita*, vol. 9, no. 2, p. 23, Apr. 2021.

Borisova, Olga, Martynova, Olga, (2017), Comparing the Effectiveness of Outdoor Advertising with Internet Advertising, JAMK University of Applied Sciences.

Handayani Wuri, (2018). “BENTUK, MAKNA DAN FUNGSI SENI KERAJINAN BATIK CIREBON”, *Journal of Visual Arts containing scientific works on Art Culture Studies which includes Fine Art, Craft, and Design*, 6 (1), 60-66.

Khoiriyah Indra Cahyani dan Endang Sutrasmawati, “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian,” *Management Analysis Journal* 5, No. 4 (2016): 282, diakses pada 15 September, 2019, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/8350>

Soewardikun, D. W. (2009). Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak. *ITB Journal of Visual Art and Design*. 3(2). <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2009.3.2.3>

Syafikarani, Aisyi. (2018). Re-aktualisasi Tato pada Iklan A Mild “You Will Figure It Out” dalam Membentuk Positioning Produk. In DeKaVe, *Journal of Visual Communication Design*

Sumber Lain:

Lotolulung, Andrew. "2 Oktober 2009, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia dari Indonesia". *Kompas*, diakses 23 November 2022.

Widyastuti, Rr.A.Y., "58,5 Persen Pengguna Smartphone Melakukan Belanja Online".[Tempo,https://bisnis.tempo.co/read/1019551/585-persen-pengguna-smartphone-melakukan-belanja-online](https://bisnis.tempo.co/read/1019551/585-persen-pengguna-smartphone-melakukan-belanja-online), diakses 23 November 2022