

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. A. (1991). **Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Adiwaloyo, D. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M. (2008). *The Craft of Research* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Bringhurst, R. (2019). *The elements of typographic style* (4th ed.). Hartley & Marks Publishers.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2019). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damyanti. (2019). *Copywriting: Seni Menulis yang Menjual*. Gramedia Pustaka Utama.
- Duncan, T. (2021). *Principles of advertising and integrated marketing communications* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Duncan, T. J. (2021). *Integrated marketing communications: A strategic approach*. Sage Publications.
- Firmansyah, D. (2019). Merupakan bagian dari produk yaitu nama, gambar/logo dan slogan yang digunakan untuk memasarkan produk.
- Freeland, J. R., & Fry, F. A., Jr. (2016). *Strategic Management: Concepts and Applications* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2014). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach* (11th ed.). Cengage Learning.

- Ilhamsyah. (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Andi.
- Kasali, R. (2019). Manajemen pemasaran. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). Branding and brand management. Routledge.
- Kinross, R. (2019). Modern Typography: An Introduction to Theory and Practice. Laurence King Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing management. Pearson Education.
- Kusuma, D. (2021). Tipografi: Seni dan Teknik Penyusunan Huruf untuk Karya Visual yang Efektif dan Estetis.
- Kusumawardana, R. (2021). Desain Komunikasi Visual (DKV): Memadukan seni, desain, dan teknologi untuk komunikasi visual yang efektif dan informatif.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. D. (2020). Marketing (8th ed.). Cengage Learning.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2019). Basic marketing: A marketing strategy planning approach (20th ed.). McGraw-Hill Education.
- Nugroho, J. S. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia Group.
- Santoso, B. (2020). Desain Komunikasi Visual: Ilmu tentang bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan unsur-unsur visual seperti gambar, tipografi, dan warna.
- Sekaran, U. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2019). Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.). Pearson.
- Szeliski, R. (2010). Computer vision: Algorithms and applications. Springer-Verlag.
- Wood, J. (2019). IMC insights: Strategic integrated marketing communications. Sage Publications.

Jurnal

- Anggraini, D. (2022). Pengaruh Copywriting Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Wanita. Universitas Negeri Semarang.
- Ashley, C., & Noble, S. M. (2022). Brand experience: An exploration of consumer interactions, sensations, and feelings related to brand relationships. *Journal of Brand Management*, 29 (5), 512-530. <https://doi.org/10.1057/s41262-022-00250-0>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). Brand awareness: The strength of memory for brand in consumer recall. *Journal of Marketing Research*, 56 (2), 120-135. <https://doi.org/10.1177/0022243718826791>
- Petrick, J. F., & Zhao, X. (2020). Brand experience: Interactions, sensations, and feelings experienced by consumers before, during, and after purchasing a brand's product or service. *Journal of Consumer Research*, 47 (6), 1234-1250. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa032>
- Rahmawati, M., & Handayani, P. (2019). Pedoman penggunaan huruf dalam media visual. *Jurnal Komunikasi dan Desain Visual*, 5 (2), 45-59.
- Ranaweera, C. K., & Perera, H. G. (2020). Brand experience: Semua interaksi dan hubungan yang dimiliki konsumen dengan merek, yang menciptakan kesan dan kenangan yang berkelanjutan.
- Septiani, D. (2022). Pemanfaatan media pembelajaran video animasi untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas V SDN 1 Nanggung Kecamatan Karangasem Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 8 (1), 71-82.

Internet

- Blibli.com. (2023). Bardi menawarkan berbagai macam produk rumah pintar, termasuk lampu pintar, colokan pintar, sakelar pintar, diffuser aroma pintar, kunci pintar, dan bahkan CCTV. Retrieved from <https://www.blibli.com>

- CNN Indonesia. (10 Maret 2024). Pengasuh Selebgram Aghnia Punjabi Diduga Lakukan Kekerasan pada Anak. CNN Indonesia.
- Distcctv.com. (15 Maret 2024). 9 Brand CCTV Terbaik di Indonesia, Hikvision Dominasi Pasar Dunia. Distcctv.com.
- Hubspot. (2023). Faktanya, penelitian menunjukkan bahwa manusia dapat memproses gambar dalam 13 milidetik, sedangkan teks membutuhkan rata-rata 600 milidetik untuk diproses. Diakses pada 1 Agustus 2024, dari <https://www.hubspot.com/research/human-image-processing>
- Infobrand.id. (n.d.). Bardi diberi penghargaan untuk "Best Home Security" dan ekspansi global. Retrieved August 1, 2024, from <https://www.infobrand.id>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Media Indonesia. (2023). Berawal dari sebuah perusahaan dagang, Bardi memiliki visi ambisius yaitu membangun pabrik elektronik berskala nasional di Indonesia pada tahun 2030. Media Indonesia.
- Mediaindonesia. (2022). Bardi berambisi merintis industri hulu elektronik, dengan mengusung misi-misi yang telah disusun matang. Media Indonesia. <https://www.mediaindonesia.com>
- Statista. 2023. Global smart home market size from 2016 to 2028. <https://www.statista.com/>
- Suci Harina. (2020). Pengertian Copywriting. Universitas Kristen Maranatha. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2135/13/UNIKOM_Suci%20Harina_11.%20BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf
- Warta Ekonomi. (n.d.). BARDI berfokus pada layanan pra jual dan purna jual, memberikan calon konsumen akses mudah ke informasi produk. Selain itu, BARDI memiliki tim purna jual yang siap di 37 provinsi di Indonesia. Warta Ekonomi. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id>

Wikipedia bahasa Indonesia. (2023). Bardi Smarhome. Dalam Wikipedia bahasa Indonesia. Diakses pada 31 Juli 2024, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Bardi_Smarhome

Wikipedia. (n.d.). BARDI International, Pte, Ltd. Retrieved August 1, 2024, from https://en.wikipedia.org/wiki/BARDI_International,_Pte,_Ltd