

Daftar Pustaka

- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*.
- Agustrijanto. (2001). *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. . PT Remaja Rosda Karya.
- Amalia, N., Ilhamsyah, & Nursolih, S. (2023). PERANCANGAN STRATEGI BRAND AWARENESS BOOKING.COM DALAM POTENSI KEMAJUAN WISATA ALAM KABUPATEN SUMEDANG. *Telkom University, 10(5)*.
- Bungin, B. (2015). *Metode penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. PT Raja Grafindo Persada.
- Carter, K. (2021, July 7). The Athletic Life: why chocolate is a runner's superfood. *Worldathletics.Org*. (<https://worldathletics.org/personal-best/lifestyle/athletic-life-chocolate-superfood-benefits-runners>)
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*, . ITB.
- Daryanto. (2016). *Media Pembelajaran: Perannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*. Gava Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.
- Firmansyah, A. D. (2024, July 3). Olahraga Lari Kian Diminati Oleh Kalangan Anak Muda. *Rri.Co.Id*. (<https://www.rri.co.id/olimpik/800324/olahraga-lari-kian-diminati-oleh-kalangan-anak-muda>)
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-Yogyakarta.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Andi.
- International Women's Day: When is it and why is it important? (2024, March 8). *Bbc.Com*. (<https://www.bbc.com/news/world-64723201>)
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Unpam Press.
- Jannah, U., & Moefad, M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi* .
- Javier, F. (2024, July 10). Popularitas Olahraga Lari di Indonesia Meningkatkan Berdasarkan Data Garmin. *Data.Tempo.Co*. (<https://data.tempo.co/data/1924/popularitas-olahraga-lari-di-indonesia-meningkat-berdasarkan-data-garmin>)
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.

- Joesyiana, K. (2018). *Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan (Outdoor Study) pada Mata Kuliah Manajemen Operasional (Survey pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Semester III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda)*.
- Kitchen, S. (2021, April 16). Berapa Banyak Gula yang Harus Dikonsumsi Pelari? *Fleetfeet.Com*. (<https://www.fleetfeet.com/blog/how-much-sugar-should-a-runner-eat>)
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium, Vol. 1). Prehallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Index.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Springer.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Mawara, Z. R. (2013). *Periklanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(3).
- Mestika, Z. (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Moekijat. (2000). *Manajemen pemasaran*. Mandar Maju.
- Moleong, Lexy. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Nur, R., & Sayuti, M. A. (2018). *Perancangan Mesin-Mesin Industri*. Deepublish.
- Panji Wirayudha, R., Belasunda, R., & Wirasari, I. (2024). Brand Communication through Logos in the F&B Industry: A Case Study of Lakeside Fit+ Using Peirce's Triadic Model. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(1), 10. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i1.1666>
- Raga Jakwiba, A., Ilhamsyah, & Maharani Budi, S. (2022). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI TOKO ROTI "CAP ROTI BUAYA" DI BANDUNG. *Telkom University*.
- Rahmat, A., & Wirasari, I. (2024). ANALISIS AISAS TERHADAP PENGARUH BRAND IDENTITY LUCILLE BAGI KONSUMEN. *Jurnal Vokasi Bisnis Digital, Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Dan Usaha Perjalanan Wisata*.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Erlangga.
- Siyambola, A., & Adedola Olayinka Adeyemi. (2021). An Assessment of the Visual Appropriateness of Selected Brand Logos. *Exchanges*.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga & F. Maharani, Eds.). PT Kanisius.
- Sudarma, I. K. (2014). *Fotografi*. Graha Ilmu.

- Sudibyoy, A. (2012). *Peran Cokelat sebagai Produk Pangan Derivat Kakao yang Menyehatkan*. <https://www.neliti.com/id/publications/178503/peran-cokelat-sebagai-produk-pangan-derivat-kakao-yang-menyehatkan#cite>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw Hill.
- Wahyujati, B. B. (2021). *Metode Perancangan: Rangkuman Teori Dan Aplikasi*. Sanata Dharma University Press.
- Wallace, S. (2012). *Brand Activation: Bringing Brands to Life!*
- Waller, C. L. (2017). *Design Semiotica: The Sign as Event*. Monash University.
- Yakub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Graha Ilmu.