

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R., Apsari, D., Budi Haswati, S. M., Surya Rusyida, H. F., Syafikarani, A., Lionardi, A., . . . Barlian, Y. A. (2023). *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era*. UK: CRC Press/Balkema.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 52.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 10th Edition*. Boston: McGrawHill Irwin.
- Budi Haswati, S. M., Safari, E. A., & Harwinanto, A. P. (2021). Participatory Design Dalam Kajian Perancangan Standardisasi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*.
- Boustani, G. (2021). Defining Pop-up Stores. *Journal of Business and Retail Management Research*, 2.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Haryana, N. R., Rosmiati, R., Purba, E. M., & Firmansyah, H. (2023). Generation Z Lifestyle in Aspect of Eating Behavior, Stress, Sleep Quality and Its Relation to Nutritional Status: Literature Review. *Jurnal Gizi Kerja dan Produktivitas*, 254.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Yogyakarta: Andi.
- Juska, J. M. (2021). *Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in A Digital World*. New York: Routledge.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education .

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip - Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Bumi Aksara.
- Moriarty, S., Wells, W., & Mitchell, N. (2018). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Nurusholih, S. (2019). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 39.
- Noor, A. (2013). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 46-57.
- Rustan, S. (2009). *Layout. Dasar & Penerapannya*. . Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rosenbaum-Elliot, R., Percy, L., & Pervan, S. (2018). *Strategic Brand Management*. New York: Oxford University Press.
- Sammut-Bonnici, T. (2015). Brand and Branding. *Strategic Management*, 2.
- Segmanta. (2019). Diambil kembali dari App Segmanta: <https://app.segmanta.com/analytics/a0u73c/overview?segments=NobwRADghgtgpmAXGAggGzQAqEpwM4AOA9hACZwQAueYANGAGYCWalcATkuEQUmFGTpgAxiVJNKTEjUTAAuvTxwA5vCoBJUjPn00TGBKQQArhgC%2B9dkSKUkljsbj1RaIp2QBiACwARX76FyPGF2JgJJEiNTNHomUiQARgAmAE4vAA4AZhTYvAA1JjwmACM0BE>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, (Sitorus, et al., 2022) C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., . . . Ulfa. (2022). *Branding Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sukendro, Loisa, & Yoedtadi. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Iklan*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- SVGator. (2023). *24 Graphic Design Trends for 2024 Edition - A Mosaic of Eccentricity*. Diambil kembali dari svgator: <https://www.svgator.com/blog/graphic-design-trends-prediction/>
- Swastha, B., & Handoko, H. (2019). *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama.
- Utama, J., & Aulia, R. (2021). KAJIAN PENDEKATAN STRATEGI KREATIF PRODUK YANG MENGGUNAKAN ISU COVID-19 SEBAGAI IDE BESAR PADA IKLAN AUDIO VISUAL DI MASA PANDEMI. *Jurnal Bahasa Rupa*, 05, 66.
- Top Brand Biskuit*. (2023). Diambil kembali dari Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2024&type=subcategory&tbi\\_find=biskuit](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=subcategory&tbi_find=biskuit)
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (2016). The Effect of Social Media to the Brand Awareness of a Product of a Company. *COMMIT Journal*, 10.
- Wibowo, M. (2022). *Perencanaan Media Iklan*. Semarang: Yayasan Prima Agung Teknik.
- Zhang, X. (2020). The Influences of Brand Awareness on Consumers' Cognitive Process: An Event-Related Potentials Study. *Frontiers in Neuroscience*, 1.