

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, D., Sari, R., & Maulana, A. (2021). TVC sebagai media promosi efektif. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 77–86.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2021). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bahri, S., Aini, N., & Rahman, F. (2021). Fotografi sebagai media komunikasi visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 123–132.
- Baratas, A. (2015). *Publicidad y Persuasión*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Brewer, R. (1971). *An Approach to Print: A Basic Guide to the Printing Processes*. London: Focal Press.
- BVCD Telkom University. (2024). *Modul Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Telkom University Press.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dede Suleman. (2020). *Copywriting: Teknik menulis iklan yang efektif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dewa Eka Prayoga. (2015). *Copywriting Mastery*. Bandung: Billionaire Store.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, A. (2020). *Strategi komunikasi pemasaran: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar strategi kreatif advertising era digital*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jefkins, F. (dalam Musman, M.). (2021). *Periklanan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Khoiriyah, N. (2024). Analisis strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan pada CV Widjaya Bharata Pasifik [Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto].
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/90394533/10669-libre.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Manajemen pemasaran* (Edisi Global). Jakarta: Erlangga.
- Kuristanto. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Mahon, M. (2010). Visual narrative in advertising. *Journal of Visual Communication*, 15(1), 45–59.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Radha, M. (2014). Measuring advertising effectiveness. *Journal of Business and Management*, 16(4), 45–50.
- Radha, K. (2014). Advertising effectiveness and consumer behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 6(4), 34–42.
- Rosyadi (dalam Noviansyah, M.). (2023). *Narasi dan storytelling dalam iklan TVC*. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Rustan, S. (2011). *Tipografi modern*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saepuloh, A., & Hisani, A. (2020). *Pemasaran produk dan jasa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sri Wahyuni. (2015). *Dasar-dasar desain komunikasi visual*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suprpto, B. (2019). *Strategi periklanan kreatif dalam komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Syafikarani, A. (2021). Analisis strategi digital marketing dalam pemasaran album K- Pop (Studi kasus: Weverse Shop – BTS). *Jurnal Tanra*, 8(1). <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/90394533/10669-libre.pdf>
- Syahputra, R. (2019). *Komunikasi bisnis dan promosi*. Medan: Perdana Publishing.
- Yuliastini, I., Setiawan, A., & Fadhilah, R. (2020). *Media pembelajaran: Teori dan praktik*. Malang: Literasi Nusantara.
- Syafikarani, A. (2021). Analisis strategi digital marketing dalam pemasaran album K-Pop (Weverse Shop – BTS). *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual*.