

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2023). Pengertian studi pustaka. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>
- Abdussamad, H. Z. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Aulia, R., & Putro, W. R. (2021). Sustainable packaging design (Studi kasus pengukuran persepsi desain kemasan produk jamu houseblend Suwe Ora Jamu). Jurnal Desain Komunikasi Visual.
- Awaliyah, G. (2024, November 14). Spotify makin cuan, sekarang punya 252 juta pelanggan premium global. Republika.
- Bestriandita, D., & Widodo, E. (2017). Analisis perbandingan efektivitas iklan menggunakan EPIC model terhadap mahasiswa UII Yogyakarta. Prosiding SI MaNIs (Seminar Nasional Integrasi Matematika dan Nilai-Nilai Islami), 1(1), 214–220.
<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=492291&val=10053&title=Analisis%20Perbandingan%20Efektivitas%20Iklan%20Menggunakan%20EPIC%20Model%20Terhadap%20Mahasiswa%20UII%20Yogyakarta>
- Cahyadi, D., & Tangsi, T. (2023). Video promosi. Badan Penerbit UNM.
- Chalil, R. D. (2021). Brand, Islamic branding, & re-branding. PT. RajaGrafindo Persada.
- Fariz, L. (2019). Tinjauan elemen visual pada media kampanye Achmad Fahmi – Andri Hamami dalam Pilkada Sukabumi Tahun 2018,19. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2632/9>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran produk dan merek (Planning & strategy). CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi pemasaran. Qiara Media.
- Firthian, R., & Putry, D. R. (2021). Penciptaan ilustrasi Prabu Siliwangi sebagai media pelestarian budaya dan sejarah di Jawa Barat. <https://doi.org/10.30591/paravisual.v1i1.2495>
- Hanifah, S. (2021). Efektivitas penggunaan transit advertising pada moda transportasi MRT dalam meningkatkan minat pembelian (Le Minerale) di kalangan pengguna MRT (Disertasi Doktor, Universitas Sahid Jakarta).

- Harsanto, P. W. (2019). *Fotografi desain*. PT Kanisius.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar strategi kreatif advertising era digital*. Penerbit Andi.
- Irjayanti, A., Wambrauw, A., Wahyuni, I., & Maranden, A. A. (2023). Personal hygiene with the incidence of skin diseases. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 12(1), 169–175.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan buku ajar tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), 123–129.
- Junior, G. E., Ilhamsyah., & Syafikarani, A. (2023). Perancangan strategi branding produk kuliner Tumpeng Jendral. *e-Proceeding of Art & Design*, 10(5).
- Kedet. (2022, March 1). What is audio advertising? War Room. <https://www.warroominc.com/institute-library/blog/what-is-audio-advertising/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusuma, G. P. E., & Laksmi, K. A. (2024). Pengaruh kemampuan literasi digital marketing dan strategi e-commerce advertising terhadap peningkatan volume penjualan sparepart (Studi kasus pada PT. Edie Arta Motor Indonesia Cabang Bungkulan). *Jurnal Artha Satya Dharma*, 17(1), 1–10. <https://jurnal.stiedharmasatya.ac.id>
- Lazuardini, A., Alam, S., & Muthmainnah, L. (2023). Perancangan promosi produk Fluffy Baby Diapers. *e-Proceedings of Art & Design*, 10(6).
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi. (2019). Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.
- Maulana, M. F., Revinzky, M. A., & Ramdan, A. M. (2022). Pengaruh iklan layanan Spotify Premium terhadap minat berlangganan konsumen. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–13.
- Muthmainnah, L., & Yusup, N. R. (2023). Perancangan strategi kreatif konten visual sosial media Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung.
- Nazarudin, H. (2020). *Manajemen strategik*. NoerFikri Offset.
- Nova, A. (2024). Color psychology in branding. *Journal of Consumer Psychology*, 30(1), 55–70.

- Oktaviani, T. I., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh point of purchase display dan diskon terhadap pembelian tidak terencana (Studi kasus pada konsumen Indomaret Jl. Raya Dipomangolo Malang 65154 Jawa Timur). *JIAGABI*, 9(2), 416–424.
- Pratama, R. J., & Yasa, I. N. M. (2020). Perancangan buku ilustrasi sebagai media informasi tentang stres. *Jurnal Sasak: Desain Visual dan Komunikasi*, 2(2), 59–66.
- Ramadhan, I., Wrasari, I., & Syafikarani, A. (2022). Perancangan strategi promosi Muslim Fashion Cover. *e-Proceeding of Art & Design*, 9(3).
- Ramadhani, S., & Ningrum, A. (2023). Media convergence in digital age. Penerbit Media Kita.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <http://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>
- Sari, L. D. (2024, December 8). Kota Bandung posisi pertama paling berpolusi di Indonesia, pagi ini. *MetroTV News*. <https://www.metrotvnews.com>
- Shetty, A. (2024). Exploring the impact of audio advertising in digital marketing: Strategies, effectiveness, and future trends. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 13(10), 1016–1019. <https://doi.org/10.21275/SR241007051127>
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku konsumen: Strategi dan teori* (Vol. 1). IOCS Publisher.
- Soewardikoen, D. (2021). *Metodologi penelitian desain komunikasi visual*. PT Kanikus.
- Sofiani, & Yulia, T. (2023). Strategi promosi wisata Sumber Mata Air Sailong. *Sulawesi Selatan Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(1).
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiani, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

<https://media.neliti.com/media/publications/242151-analisis-swot-sebagai-strategi-perusahaa-de28172d.pdf>

- Sunyoto, D. (2020). Perilaku konsumen dan pemasaran. [Penerbit].
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). E-marketing bagi UKM: Strategi periklanan, website & media sosial. Jakad Media Publishing.
- Sutanto, S. M., Budiwaspada, A. E., & Rudiyanto, G. (2020). Merchandise sebagai pendukung visual branding untuk kekayaan intelektual lokal. *Jurnal Seni & Reka Rancang*, 2(2), 231–242.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Common*, 5(2), 122-123. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syahputra, R. (2019). Strategi pemasaran dalam Alquran tentang promosi penjualan. *Jurnal ECOBISMA*, 6(2), 83–88.
- Tilley, C. (2024). Minimalist design in packaging. *Journal of Product Design*, 11(2), 33–48.
- Wardani, I. O. (2018). Perancangan ambient media pada stasiun Gubeng Baru Daerah Operasi 8 Surabaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) (Laporan kerja praktik, Universitas Dinamika). Universitas Dinamika Repository. <http://repository.dinamika.ac.id>
- Windaryanto, H. (2024). Teknik beauty shoot photography bagi make up artis. Winaya: *Jurnal Pendidikan*, 2(1), 9–13. <https://jurnalwinaya.id/index.php/winaya>
- Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., & Dwitasari, P. (2024). Desain komunikasi visual (Teori dan perkembangannya). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- ZapClinic. (2024). ZAP Beauty Index 2024. https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf