

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, My, R. M. Y. (2023). Ekonomi Kreatif dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, *1*(2), 60-69.

Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang. *Jurnal ilmu ekonomi*, *1*(1), 120-142.

Anas, D. S. (2019). STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM PENINGKATAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *2019*(2), 84 - 92.

Aris Setiyani, E. N. S. Y. (2017). New Product Development (Npd) Untuk Produk Hand Wash. *Jurnal Program Studi Teknik Industri*, *3*(2), 161–170.

Az-Zahra, A. A., & Supriyono, S. (2024). Menjadi Ekspertir Fashion Muda Indonesia Melalui Program Studi Independen Di Lacorre. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, *2*(1), 32-41.

Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal Manajemen*, *24*(3), 412-426.

Chaffey, Dave., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, Sixth Edition. Pearson.

Ernawati, S., Astari, A. A. E., Kusumawati, E. D., & Sudirjo, F. (2023). *Manajemen Pemasaran Global*. Global Eksekutif Teknologi.

Green, M. C., & Keegan, W. J. (2020). *Global marketing*. Pearson.

Hermanto, A. M., Rachman, A., Kusumawati, D., Wirajaya, I. M. A., & Shihab, M. (2013). MANAJEMEN CITRA, IDENTITAS, DAN REPUTASI KORPORAT.

Keegan, W. J., Green, M. C., Carrión, M. Á. S., Félix, M. B., & Whitehouse, M. G. (2009). *Marketing internacional*. Prentice Hall.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.

Pradipta, D. (2011). *LKP: Pembuatan Artikel Tabloid Komputek* (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).

Rofaida, R., Aryanti, A. N., & Perdana, Y. (2019). Strategi inovasi pada industri kreatif digital: Upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402-414.

Hussin, R. (2013). Pendekatan Teori Pembelajaran Kognitivisme dalam Pendidikan Seni Visual (PSV). *KUPAS SENI: Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni*, 1, 59-66. <https://ojs.upsi.edu.my/index.php/JSPS/article/view/2218/1541>.

Joewono, H. (2006). 7n1 Toward Global Competitiveness

Joewono, H. (2020). The 5 Arrows of Strategy Management.

Kurnia, D. I., & Fauzi, I. (2021). PERANCANGAN BRAND IDENTITY EKSKUL FUTSAL THREEPASTA SMPN 3 PASARKEMIS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT BAKAT. *Journal of Visual Communication Design*, 2(1), 1 - 83. <https://bkpk.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA/article/view/9714>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson.

M, Q., A, A., & S, M. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17-39.

Rizqiyah, R. N., Kriyantono, R., & Sujoko, A. (2021). MANAJEMEN MEDIA RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DAN REPUTASI PERUSAHAAN DI ERA ARTIFICIAL INTELLIGENCE. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 6(1), 53-66.

Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. (2022). *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122. <https://journal.y3a.org/index.php/MUKAS>. 10.54259/mukasi.v1i2.802

Tanudjaja, B. B. (2005). APLIKASI PRINSIP GESTALT PADA MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. 7(1). <https://doi.org/10.9744/nirmana.7.1>.

UPAYA MERAH KESETIAAN NASABAH BANK MELALUI BRAND IMAGE TEORI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS. (2022). *Journal of Social and Economics*, 4(1). <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.67>

Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).