

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2014). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education. .
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2014). *Advertising & IMC: Principles and Practice*. Pearson.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group.
- Rosalia Prismarini, dkk (2023). *Pendampingan Komunikasi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Distribusi Hasil Pertanian Dusun Petung Magelang Jawa Tengah*. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*. 3(6). 1189-1698.
- Shimp, T. A. (2012). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. Cengage Learning.
- Widyantoro, A. O., & Wulandari, A. (2021). Visual Branding Dan Digitalisasi Media Promosi UMKM Ikat Celup Purworejo Di Masa Pandemi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(1), 236–241.