



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrams, R., dan LaPlante, A. (2008). *Passion to Profits Panduan Sukses Bisnis bagi Pengusaha Pemula*. Jakarta: Azkia Publisher.
- Ambadar, J. (2007). *Mengelola merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Anderson, D. (2019). *Storytelling: Manipulation of the Audience*.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arens, William F. (1996). *Contemporary Advertising*. New York: Published McGraw-Hill Irwin.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Unicorn Publishing.
- Bly, R. (2006). *The Copywriter's handbook*. New York: Henry Holt and Company.
- Bowdery, R. (2008). *Copywriting: The creative process of writing text for advertisements of publicity material*. Switzerland: AVA Publishing.
- Cholil, A. (2018). *101 Personal Branding Ideas: Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Quadrant.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasbun dan Ruswanty. (2016). *Komperensi antara kelompok yang melihat iklan dan tidak melihat iklan dengan moderasi brand awareness terhadap niat beli (Studi pada commuter line)*. Journal of Business Studies.

- Humdiana. (2005). *Strategi pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka.
- Irawan, H. (2007). *Smarter Marketing Moves*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Rozalena, A. (2020). *Komunikasi Bisnis Konsep dan Praktik*. Yogyakarta: ANDI.
- Simamora, H. (2000). *Basis pengambilan keputusan bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Spaulding, A. (2011). *The Art of Storytelling*. United Kingdom: Scarecrow Press.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Janoschka, A. (2004). *Web advertising*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Fog, K., dkk. (2011). *Storytelling: Branding in practice*. Denmark: Springer.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15<sup>th</sup> ed)*. England: Pearson Education Limited.
- Landa, R. (2010). *Advertising by design*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lipman, D. (2005). *Improving Your Storytelling*. United States: August House.
- Madjadikara, A. S. (2005). *Bagaimana biro iklan memproduksi iklan bimbingan praktis penulisan naskah iklan, cetakan kedua*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Martin, D. (2020). *Seni Penulisan Efektif untuk Digital Marketing*. Jakarta: Digimind.

- Maslen, A. (2010). *The Copywriting Sourcebook*. United Kingdom: Marshall Cavendish Business.
- Miller, dkk. (2004). *Digital Storytelling*. United Kingdom: Focal Press.
- Moser, M. (2003). *United We Brand*.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolutions (2<sup>nd</sup> ed.)*. London: Rowman & Littlefield.
- Rangkuti, F. (2002). *Teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Semiawan, C. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Shaw, M. (2012). *Copywriting: Successful writing for design, advertising, and marketing*. UK: Laurence King Publishing.
- Shimp, A. T. (2007). *Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu* (ed. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Triadi, D. (2010). *Ayo bikin iklan: Memahami teori & praktik iklan media lini bawah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Walter, E. & Gioglio (2014). *The Power of Visual Storytelling*. United States
- Wesfix, T. (2017). *Branding Itu “Dipraktekin”*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Vincent, L. (2002). *Legendary brands: Unleashing the power of storytelling to create a winning market strategy*. United States of America: Dearborn Trade Publishing

Yakob, F. (2015). *Paid attention: Innovative advertising for a digital world.*  
London: Kogan Page Limited.