



### **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

### Buku

- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10<sup>th</sup> ed.). Boston: Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11<sup>th</sup> ed.). NY: McGraw-Hill
- Danial, & Wasriah. (2009). *Metode penulisan karya ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Ensenberger, P. (2011). *Focus on composing photos: Focus on the fundamentals*. USA: Elsevier, Inc.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*. Jawa Timur: CV. Qiara
- Landa, R. (2010). *Advertising by design: generating and designing creative ideas across media*. Hokoben: Wiley.
- Landa, R. (2014). *Graphic design solution* (5<sup>th</sup> ed). US: Cengage Learning.
- Leforestier, A. (2009). *The co-working space concept*. Ahmedabad: CINE Term Project.
- Randall, G. (2001). *The art of marketing branding*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated Marketing communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. US: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Uzzaman, A. (2015). *Startupedia*. Yogyakarta: Bentang.

### **Jurnal**

Ayu, A. P., & Wijayanti, L. (2019). Coworking Space: Pergeseran makna ruang dan pola kerja masyarakat urban di jakarta. *Jurnal Senirupa Warna*, 7(2), 3-5. doi: <https://doi.org/10.36806/jsrw.v7i2.72>

### **Website**

Pramudita, B. A. (2019). Pertumbuhan startup di Indonesia melonjak 5 tahun terakhir. Diunduh dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read249740/pertumbuhan-startup-di-indonesia-melonjak-5-tahun-terakhir>

Spreitzer, G., Bacevice, P., & Garrett, L. (2015). Why People Thrive in Coworking Spaces. Diunduh dari <https://hbr.org/2015/05/why-people-thrive-in-coworking-spaces>



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA