

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2015). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Badan Pusat Statistik. (2021, January 21). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Diambil kembali dari <https://demakkab.bps.go.id/>:
<https://demakkab.bps.go.id/id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Baranowski, A., & Hecht, H. (2017, May 30). Effect of Camera Angle on Perception of Trust and Attractiveness. *International Association of Empirical Aesthetics*.
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi*. Badan Penerbit UNM.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing; A Practical Approach*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315175737>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Thousand Oaks.
- Dinisari, M. C. (2024, 1 December). *Sejarah Menarini Indria Laboratories, Perusahaan Farmasi Italia yang Berusia 138 Tahun*. Diambil kembali dari lifestyle.bisnis.com:
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20241201/106/1820911/sejarah-menarini-indria-laboratories-perusahaan-farmasi-italia-yang-berusia-138-tahun>
- Dwiaini, I. (2019). Jurnal SIMTIKA Volume 2, No 3, September 2019|. *Peranan Teknologi Informasi Pada Bidang Farmasi*, 2(3), 32-34.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its Implications for Companies*. New York: McKinsey & Company.
- greatnusa. (2023, April 2023). *Collateral Definition Marketing: Pengertian, Jenis dan Fungsinya*. Diambil kembali dari [greatnusa.com](https://www.greatnusa.com):
<https://www.greatnusa.com/article/collateral-definition-marketing>
- Guolla, M. A., Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising & Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Canadian Edition*. Mc Graw Hill Education.
- Hinson, R. E., & Ogechi, A. (2020). *Palgrave Studies of Marketing in Emerging Economies*. Berlin: Springer Nature.

- Judijanto, L., Muhannadiyah, M., Utami, R. N., Suhirman, L., Laka, L., Boari, Y., . . . Yunus, M. (2024). *Metodologi Research and Development (Teori dan Penerapan Metodologi RnD)*. Sonpedia.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management*. Pearson.
- Kholishudin, M. (2023). Kompetisi Pasar Dan Transaksi Di Era Globalisasi. *Journal of Islamic Banking*, 4(2), 30-40.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management; Global Edition*. Pearson.
- Maslahatun, Pricilia, M., Aulia, R., & Ruga, Z. A. (2025). STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN DAN LOYALITAS GENERASI Z. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 361-371.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3855>
- Melani, A. (2021, Juni 26). *Melihat Peta Persaingan Sektor Farmasi di Indonesia*. Diambil kembali dari Liputan6:
<https://www.liputan6.com/saham/read/4591906/melihat-peta-persaingan-sektor-farmasi-di-indonesia>
- Moedasir, A. (2022, Maret 11). *Jenis, Fungsi, dan Contoh Point of Purchase*. Diambil kembali dari majoo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/point-of-purchase-adalah>
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC Principles and Practice 10th Edition*. Pearson.
- Munthe, C. A., Daniel, M., Rusadi, M. S., Roidias, R. H., Zettira, Z., & Nofirda, F. A. (2024). Jurnal Pendidikan Tambusai. *Analisis Pengaruh Product Knowledge terhadap Perilaku Konsumen*, 8(1), 5099-5105.
- Nanda, V. D. (2025, Februari 10). *Menilik Peta Persaingan Industri Farmasi di Indonesia*. Diambil kembali dari diklatkerja.com:
<https://www.diklatkerja.com/blog/menilik-peta-persaingan-industri-farmasi-di-indonesia>
- Ng, d. (2025, Januari 17). *Perkembangan Teknologi Kesehatan di Indonesia*. Diambil kembali dari aido.id: <https://aido.id/health-articles/perkembangan-teknologi-kesehatan-serta%20contoh/detail>
- Percy, L. (2018). *Strategic Integrated Marketing Communications*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315164342>

- Peter, J., & Olson, J. (2015). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Pulizzi, J., & Piper, B. (2023). *Epic Content Marketing; 2nd Edition*. Mc Graw Hill.
- Putri, K. U. (2025, May 8). *Data industri farmasi Indonesia: panduan lengkap*. Diambil kembali dari id.techinasia.com: <https://id.techinasia.com/data-industri-farmasi-indonesia-panduan-lengkap>
- Rahayu, A. (2023, Oktober 26). *Konten Video Online Paling Banyak Diakses Masyarakat Indonesia 2023*. Diambil kembali dari data.goodstats.id: <https://data.goodstats.id/statistic/konten-video-online-paling-banyak-diakses-masyarakat-indonesia-2023-ojxSE>
- Rahmanasta'in, F., & Pribadi, K. (2023). DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI AKUN INSTAGRAM @SRAWUNGSEDUH.VOL2. *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 07 No. 01 Tahun 2023, 7(1), 87-99. <https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i01.2364>
- Ramaldi, A. F., & Arief, M. (2025). ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN TIKTOK SHOP GENERASI Z YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN. *MUSYTARI Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 22(3), 51-60. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Ratnasari, A. D., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYINGPADA GENERASI Z(Studi Pada Pengguna Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 576-586. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35022>
- Shimp, T., & Andrews, J. (2016). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Ohio: Cengage Learning.
- Solomon, M. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Vol. 13). New York: Pearson.
- Spencer, S. (2023). *Brand Management 3-in-1 Guide to Master Business Branding, Brand Strategy, Employer Branding Brand Identity*. Santino Spencer.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York : HarperCollins.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

The Annie E. Casey Foundation. (2021). *2021 KIDS COUNT Data Book: State Trends in Child Well-Being*. Baltimore: The Annie E. Casey Foundation.

Ward, M. (2024, September 14). *genzreckoning.com*. Diambil kembali dari The Evolution of Gen Z's Digital Communication Styles:
<https://genzreckoning.com/the-evolution-of-gen-zs-digital-communication-styles/>

Weitz, B., Castleberry, S., & Tanner, J. (2018). *Selling: Building Partnerships*. New York: McGraw-Hill Education.

