

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, M., McGuinness, E., Cary, J., & Herjanto, H. (2021). The Centrality of Brand Awareness. *Petra International Journal of Business Studies*, 4, 109-121. <https://doi.org/10.9744/ijbs.4.2.109-121>
- Agustina, N., Irhasyuarna, N., & Sauqina. (2022). Pengembangan media Articulate Storyline Topik Mekanisme Pendengaran Manusia dan Hewan untuk peserta didik SMP. *JUPEIS Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(3), 81-89. <https://doi.org/10.55784/jupeis.vol1.iss3.119>
- Ayu, R., & Dwi, A. (2024, December 17). *Arti Flyer, Fungsi, Kelebihan, Contoh & Perbedaannya dengan Poster*. Diambil kembali dari Tempo: <https://www.tempo.co/ekonomi/arti-flyer-fungsi-kelebihan-contoh-perbedaannya-dengan-poster-1182809>
- Belch, G. (2018). Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective, 11th Edition | E-Library INABA. New York : Mc Graw Hill. Retrieved from [https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1778&keywords =](https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1778&keywords=)
- Chaffey, D., & Smith. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003009498>
- Condrobimo, A., & Fahiranissa, D. (2023, May 29). *Manfaat Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram bagi E-Business*. Diambil kembali dari School of Information Systems: <https://sis.binus.ac.id/2023/05/29/manfaat-pemasaran-melalui-media-sosial-instagram-bagi-e-business/>
- Daeng, D. (2017, Desember 19). *Nevada Store, Trik Matahari Tetap Bersinar di Bisnis Retail*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://www.tirto.id/nevada-store-trik-matahari-tetap-bersinar-di-bisnis-retail-cBZy>
- David. (2023). *Perancangan Product Profile Saturdays: "Look Good Feel Good"*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC*. McGraw-Hill Education.
- Estaswara, H., & Said, M. (2024). Literature Review: Definition of Integrated Marketing Communication (IMC) in Indonesian Journals (2019-2022). *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 7(10). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i10-33>
- Ferdinanda, & Pertiwi, E. (2020). PENERAPAN STORYBOARD DALAM VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "DIET PLASTIK".

ULTIMART Jurnal Komunikasi Visual, 13(1), 46-52.
<https://doi.org/10.31937/ultimart.v13i1.1565>

Hubert, Yonatia, J., & Susanti, E. (2024). Perancangan Branding Media Promosi Fashion Tradisional-Modern (Studi Kasus: Wenny Chang). *Narada Jurnal Desain dan Seni*, 11(1), 125.
<https://doi.org/10.22441/narada.2024.v11i1.009>

Kemp, S. (2025, February 25). *Digital 2025: Indonesia*. Diambil kembali dari meltwater.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Koniah, R., Hendratno, & Sukartiningsih, W. (2025). KEEFEKTIFAN MEDIA POSTER SEBAGAI SARANA PENYAMPAIAN INFORMASI: STUDI LITERATUR TINJAUAN MULTI PERSPEKTIF. *JS (JURNAL SEKOLAH)*, 9(2), 281-291. <https://doi.org/10.24114/js.v9i2.64841>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, Harlow, England.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th Edition)*. Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2020). *Marketing Management (16th Edition)*. Pearson Education, Inc.

Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2023). *Marketing Management, 16/E*. Global Edition. Diambil kembali dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/196533/marketing-management-16-e-global-edition.html>

Matahari. (2024). *Annual Report 2024*. Dipetik Oktober 12, 2025, dari <https://www.matahari.com/corporate/report/annual>

Matahari. (2025). *Retail Orientation For Internship*.

Moedasir, A. (2022, March 11). *Jenis, Fungsi, dan Contoh Point of Purchase*. Diambil kembali dari https://majoo.id/solusi/detail/point-of-purchase-adalah?utm_source=chatgpt.com

Muhamad, N. (2025, August 22). *Pilih produk Internasional dibanding Lokal, Ini alasan warga RI*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/68a7e2785fbd0/pilih-produk-internasional-dibanding-lokal-ini-alasan-warga-ri

- Nabila, I. (2024, August 20). *Pengertian Poster serta Ciri-ciri, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Bagaimana Cara Membuatnya*. Diambil kembali dari Telkom University: <https://telkomuniversity.ac.id/pengertian-poster-seerta-ciri-ciri-tujuan-fungsi-jenis-dan-bagaimana-cara-membuatnya/>
- Owens, J. (2017). *Video Production Handbook*, 6/E. Routledge.
- Pahlephi, R. (2023, Januari 1). *Flyer Adalah: Fungsi, Kelebihan, dan Cara Membuatnya*. Diambil kembali dari detikbali: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6490033/flyer-adalah-fungsi-kelebihan-dan-cara-membuatnya>
- Pramudawardani, V. (2023). *Perancangan Product Profile pada Brand “Eversac*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Prihantira, S., & Dharmawan, L. (2025). The effectiveness of social media use on Gen Z communication patterns in the digital era. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 6(2), 258-266. <https://doi.org/10.56371/ijess.v6i2.403>
- Sadiman, A. (2011). *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Rajawali Pers.
- Sharma, P., & Longani, K. (2023). VISUAL MERCHANDISE'S MARKETING COMMUNICATION AND ITS EFFECT ON CONSUMER PURCHASE BEHAVIOUR IN THE RETAIL SECTOR IN PUNE. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7, 255-264. Diambil kembali dari https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/19773?utm_source=chatgpt.com
- Shimp, T. (2010). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion*. South-Western Cengage Learning.
- Smith, T., & Yamakawa, N. (2020, March 17). *Asia's Generation Z comes of age*. Retrieved from McKinsey&Company: https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/asias-generation-z-comes-of-age?utm_source=chatgpt.com
- Soewardikoen, D. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Sleman: Kanisius, 2021.
- Statista. (2024). *Fashion - Indonesia | Statista Market forecast*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/indonesia>
- Statista. (2024). *Fashion - Indonesia | Statista Market forecast*. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/indonesia>

- Sulhaini, Sagir, J., & Sulaimiah. (2020). Foreign Brand Admiration Among Young Consumers in Indonesia. *International Research Journal of Business Studies*, 13(1), 33-47. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- Sunarya, L., Sunarya, P., & Assyifa, J. (2015). KEEFEKTIFAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI PADA PERGURUAN TINGGI RAHARJA. *CCIT Journal*, 9(1), 77-86. <https://doi.org/10.33050/ccit.v9i1.401>
- Telkom University. (2024, August 20). *Pengertian Poster serta Ciri-ciri, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Bagaimana Cara Membuatnya* . Diambil kembali dari telkomuniversity.ac.id: <https://telkomuniversity.ac.id/pengertian-poster-seerta-ciri-ciri-tujuan-fungsi-jenis-dan-bagaimana-cara-membuatnya/>
- Tsalatsa, G., Siahaan, K., Imandina, K., & Daniar, S. (2023). Pelatihan pengembangan hard skill videografi di SMK Negeri Wonosalam guna meningkatkan promosi desa wisata. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(2), 56-63. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i2.149>
- Widayati, & Augustinah, F. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG. *DIALEKTIKA Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1-20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>

