

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel - Rahim, F., & Ali, M. (2016). *A study on impact of graphic design on marketing in sultanate of Oman. Shanlax International Journal of Arts, Science & Humanities*, 4(2), 65-76.
- ADI WIDIANA, K. O. M. A. N. G. (2022). Penerapan Desai Grafis Sebagai Media Promosi Pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung.
URI: <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/68271>
- Al - Faida, N. (2023). *Metodologi Penelitian Gizi*. Penerbit NEM. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CLC-EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Al-Faida,+N.+\(2023\).+Metodologi+Penelitian+Gizi.+Penerbit+NEM.&ots=bRQFtSktdR&sig=zr8dmQYE7cxPHb6nEgJ2g4avvt8&redir_esc=y#v=onepage&q=Al-Faida%2C%20N.%20\(2023\).%20Metodologi%20Penelitian%20Gizi.%20Penerbit%20NEM.&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CLC-EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Al-Faida,+N.+(2023).+Metodologi+Penelitian+Gizi.+Penerbit+NEM.&ots=bRQFtSktdR&sig=zr8dmQYE7cxPHb6nEgJ2g4avvt8&redir_esc=y#v=onepage&q=Al-Faida%2C%20N.%20(2023).%20Metodologi%20Penelitian%20Gizi.%20Penerbit%20NEM.&f=false).
- Al- Rawashdeh, S. H. A. (2025). The role of graphic design and visual communication in natural heritage sites of Jordan. *Herança*, 8(1), 116 - 128. **DOI:** <http://doi.org/10.52152/heranca.v8i1.1028>
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155 - 166. **DOI:** <https://doi.org/10.62861/jimat%20amsir.v2i1.405>
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320 - 26332. **DOI:** [10.29303/jipp.v9i4.2657](https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657)
- A Wahyuni, A. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *JURNAL BISNIS TERAPAN*, 6(3), 255–264.
- Agnes Jevi Rialitas, Nur Aeni, S. R. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG PARIWISATA DI KOTAMETRO. *Syariah & Hukum Islam*, Vol 2 No.
- Aldrich Novrian, & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium*, 9(1), 81–91. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7444](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7444)
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma*, July, 1– 11. <http://fe.unisma.ac.id/MATERIAJADOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MAUjiNormalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana*

- Pendidikan, 8(9), 347–353.
- Nafisah, L., & Santoso, R. P. (2022). Pengaruh E-commerce, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari yang Belanja Online di Shopee). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(1), 76–83. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.5647>
- Natadjaja, L., Desain, J., Visual, K., Seni, F., Desain-Universitas, D., & Petra, K. (2025). Pengaruh Komunikasi Visual Antar Budaya Terhadap Pemasaran Produk Pada Pasar Ekspor Ditinjau Dari Warna Dan Ilustrasi Desain Kemasan. *NIRMANA Jurusan Desain Komunikasi Visual*, 4(2), 158–168. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Nurhanifah, R., & Pribadi, J. D. (2021). Pembuatan Media Promosi Digital E-Catalog Di Instagram Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Menarik Minat Beli Pada Keripik Srikandi Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 149–152.
- OKTAVIANI, N. T. (n.d.). *PENGARUH WORKLIFE BALANCE DAN DISIPLIN KERJA, TERHADAP MOTIVASI KERJA DAN EFEKTIVITAS KERJA SELAMA WORK FROM HOME SAAT PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus Pada PT Jasa Peralatan Pelabuhan Indonesia)*.
- PRADANA, R. R. (2020). *Pizza Hut Advertising Banner on Consumer Buying Interest in Palu Pengaruh Iklan Baliho Pizza Hut Palu Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Palu Rhizky Rizaldy Pradana*. <http://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/socialhumanity>
- Rofiyta Miladiyah, & Neng Siti Komariah. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Di H&M Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 30–38.
- Salim, M. R., & Ahmed, F. (2022). Aesthetic Elements in Graphic Design and their Role in Contemporary Advertising. *International Journal of Early Childhood ...*, June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23713.89445>
- Setyarini, A. (2023). *Membangun Masalah Brand Resonance : Upaya Peningkatan Marketing Performance. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia) ProQuest Dissertations & Theses*, 2023.
- Silaban, P. H., Dayarana, A., Silalahi, K., Sormin, S., & Hutagalung, W. E. (2022). *Pengaruh Kegunaan Informasi Terhadap Adopsi Informasi Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Danau Toba*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Widiana, K. A. (2022). *PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG. Tugas Akhir Digilib Unila*, 33(1), 1–12.
- Zhang, Y., & Huang, S. (2024). The influence of visual marketing on consumers' purchase intention of fast fashion brands in China—An exploration based on fsQCA method. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1190571>.