

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations (9th ed.)*. Pearson Education.
- Febriani, S., Yeni, L. F., & Wahyuni, E. S. (2023). Pengembangan E-Booklet pada Sub Materi Peranan Bakteri Kelas X SMA sebagai Media Pembelajaran. *Bioscientist : Jurnal Ilmiah Biologi*, 11(2), 1071. <https://doi.org/10.33394/bioscientist.v11i2.8634>
- Fitriyah, H. N., & Gunawan, I. M. (2020). Pengembangan media booklet sebagai alat bantu pembelajaran. *Universitas Negeri Surabaya Press*.
- Halim, A., & Mustamu, R. H. (2013). Analisis Deskriptif Strategi Bersaing Pada Perusahaan Penyedia Kebutuhan Konstruksi. *Agora: Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis, Vol. 1 No. 1*.
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). The Effect of Brand Image and Produk Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*.
- Naz, K., & Epps, H. (2021). Color Psychology: Effects on Consumer Behavior and Design Strategies. *Journal of Visual Communication*, 18(2)(140–155).
- Pancatri, R., & Atika, N. (2022). *Media promosi dalam pengembangan bisnis digital*. CV. Media Akademi.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1, No. 2*.
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. 5(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp68>

- Rijali, A. P., & Islam, M. A. (2024). PERANCANGAN BOOKLET SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAMPOENG KOPI BANARAN. *Jurnal Barik*, 6(2), 66–78. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Rismawan, I. M. A., & Purnami, N. M. (2017). PERAN PRICE DISCOUNT MEMODERASI PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 1, 2017: 264-288.
- Rustan, S. (2011). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana: Dasar-dasar seni dan desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sari, I. A. P. W. I. (2023). E-Booklet as Communication Strategy to Influence Change on Tourist's Behaviour in Bali. *Bali Tourism Journal* 7(2): 22-26.
- Sekartaji, C. D., & Pribadi, J. D. (2025). Pembuatan Media Promosi E-Booklet dengan Aplikasi Canva Pro pada PT Angkasa Pura I Juanda Surabaya. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* (Vol. 02).
- Sitoresmi, N. (2023). *E-booklet sebagai media informasi digital dalam komunikasi perusahaan*. Pustaka Media Visual.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tariq, M. I., Nawaz, M. R., Nawaz, M. M., & Butt, H. A. (2013). Customer Perception About Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(2).
- Tench, R., & Waddington, S. (2020). Public relations and strategic communication in the digital era: The need for critical re-evaluation. *Public Relations Review*, 46(1), 101880.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Umar, S. H., Nuryati, & Solihatningsih. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran B2B (Business To Business) dan B2C (Business To Customer) Terhadap Cara Pembelian Tiket Pesawat di Lingkungan Mahasiswa. *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan Vol.3, No. 2*. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jfa/article/view/156/132>

Wahyuni, Z., Warih Gayatri, R., & Rachmawati, W. C. (2022). Pengembangan Media Berbasis Booklet sebagai Media Promosi Kesehatan tentang Penanggulangan Kekerasan Seksual pada Perempuan. *Sport Health Seminar With Real Action (STARWARS)*, 3(5).

Wong, W. (2010). *Principles of Form and Design*. John Wiley & Sons.