

DAFTAR PUSTAKA

- Advertising, R. (n.d.). *Advertising & IMC : Principles and Practice Book Details Advertising & IMC : Principles and Practice*.
- Afidatur Ro'azah. (2021). Manajemen Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Blommaert, J., Kelly-Holmes, H., Lane, P., Leppänen, S., Moriarty, M., Pietikäinen, S., & Piirainen-Marsh, A. (2009). Media, multilingualism and language policing: An introduction. *Language Policy*, 8(3), 203–207. <https://doi.org/10.1007/s10993-009-9138-7>
- Erdiantama, R. A., & Hadi, H. S. (2021). Aplikasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Untuk Pemodelan Halte Bus Berbasis Android. *Jurnal Multi Media Dan IT*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.46961/jommit.v5i1.341>
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Iii, B. A. B. (2002). *Jurnal Metode Penelitian Kualitatif*. 50–61.
- Kasali, Rhenald, 1998, “Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, & Amstrong. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian.
- Lazuardini, D. (2021). Perancangan Strategi Promosi Bartele Gallery Jakarta. *Karya Ilmiah*, 8(3), 12–13.
- Lestari, W. F. (2015). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. *Biomass Chem Eng*, 49(23–6), 1–15.
- Moriarty, S. (2009). Advertising.
- Moriarty, S. (2014). Advertising.
- Morissan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu.
- Nurusholih, S. (2019). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 4(2), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>

- Ramli, M. (2012). Media Teknologi Pembelajaran. *IAIN Antasari Press*, 1–3.
- Situmorang, J. R. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik , Bisnis , Pendidikan Dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 77–91.
- Rudjito, 2003 Strategi pembangunan UMKM Berbasis Bisnis.
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado. *E-Journal Acta Diurna*, 4(5), 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkop.go.id
- Zoneri, R., Nurusholih, S., & Aulia, R. (2021). Perancangan Strategi Promosi The Breeze Coffee Kota Lhokseumawe. *EProceedings of Art & Design*, 8(3), 1332–1338.