

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyi Syafikarani, I. R. (2022). Perancangan Strategi Promosi Muslim Fashion Cover Me. *eProceedings of Art & Design, Vol.9, No.3*.
- Bayu, A. (2017). LKP : Perancangan Media Promosi PAUD. *Nirmala Timur Melalui Media Brosur*.
- Fajar, A. (2017). Implementasi Integreted Marketing Communication (IMC) pada PT Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Komunikasi*.
- Gufron, A. D. (2022). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action dalam media informasi dan sosial terhadap keputusan pembelian supermi di swalayan Aneka Jaya Smart Jepara secara parsial maupun secara simultan. *Doctoral dissertation, IAIN Kudus*.
- Ira Wirasari, A. S. (2022). Perancangan Strategi Promosi Produk Tulip Living Di Kota Yogyakarta. *eProceedings of Art & Design*.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan* (3 ed.). (Y. S. Singgih Agung, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Khairani, S. P. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada imkm kerajinan khas palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 36-43*.
- Manurung C, K. O. (2019). Pengaruh Bauran Promosi dan Citra Merek terhadap Minat Konsumen Pada Alpha Hotel Pekanbaru Jom Fisip. *5, 1-10*.
- Noor, H. (2019). Perancangan Visual Branding Pada Produk Krips Sebagai Media Promosi Pemasaran. *Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 272-279*.
- Rusby, B. R. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Tamu pada Wisma Graha Az-Zahra Pekanbaru . *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan, 222-241*.
- W. Moriarty S, M. N. (2009). *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wahyuningsih. (2013). *Desain Komukasi Visual*. Madura: UTM Press.
- Yunita, H. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi , 14-24*.