

DAFTAR PUSTAKA

- Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. (2022). Diakses pada 28 Mei 2022, dari <https://katadata.co.id/umkm>
- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arumsari, R.Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*. Vol 02 (1).
- AW, Suranto. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bekti., & Bintu, H. 2015. *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS, dan JQuery*. Yogyakarta: Andi.
- Cherry, C. (1966). *On Human Communication: A Review, A survey, and a criticis*. Cambridge: Mass.
- Dampak Covid-19 Terhadap UMKM*. (2020). Diakses pada 29 Oktober 2021, dari <https://katadata.co.id/umkm>
- Effendy, & Uchjana, Onong. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Febri, Asiani. (2019). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual melalui Tulisan*. Yogyakarta: Quadrant.
- Kotler, & Keller K., L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Amstrong G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kusrianto, Adi. (2007), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Kusumah. (2011). *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas. Edisi 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Lasswell, H. D. (2009). *Structure an Function of Communication in Societ*. New York: The Institute for Religious and Social Studies.
- Machfoedz, Mahmud. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Moriart, S., Mitchell, N., dan Wells, W. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. S., & Haswati, S. M. (2020). Perancangan Promosi UMKM Layanan Jasa Peminjaman dan Membaca Buku 'Pitmos Fun Library' di Bandung. *Jurnal e-Proceeding of Art & Design*. Volume 7 (2): 2342.
- Pada KBBI Daring. Diakses 3 Maret tahun 2022, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media>.
- Parek. (1984). *Metode Belajar dan Kesulitan-kesulitan Belajar*. Bandung: Tarsito.
- Prasetyo, H., & Rachmawati, I., (2016). Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna ASUS Zenfone di Indonesia. *Jurnal e-Proceeding of Management*. Volume 3 (3): 2766.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemperor*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rahmadi, & Luthfi, M. (2013). *Tips Membuat Website tanpa Coding & Langsung Online*. Yogyakarta: Andi.
- Riyanto Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan Surabaya*. Surabaya: Penerbit SI.
- Sahar. (2014). *Fenomena New Media 9gag*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Schiffman, Leon G., & Kanuk L. (2000). *Consumer Behavior. Internasional Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Restoran Ws Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Volume 5 (1): 46-53.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Zed M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.