

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurna Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan, Dan Teknologi*, 13(1), 55–66.
- Bisma, I. D. G., & Sarmo, S. (2022). PEMBERDAYAAN IBU-IBU PKK DALAM PEMBUATAN DETERGEN RAMAH LINGKUNGAN BERBAHAN MINYAK GORENG BEKAS. *Jurnal Abdimas Independen*, 3(2), 95–104.
- Chitty, B., Chitty, W., Luck, E., Barker, N., Sassenberg, A.-M., Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2017). *Integrated Marketing Communications with Online Study Tools 12 Months*. Cengage AU.
- Desain, J., Visual, K., Vol, J., Jember, R. K., & Jember, D. K. (2015). Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jatim Vol. 2 Tahun 2013. *Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim*, 2, 2010–2015.
- Dewi, N. M. I. K., Widiati, I. A. P., & Utama, I. N. (2020). Implikasi penjualan pakaian bekas impor bagi konsumen di kota denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 216–221.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.
- Fadhly Abdillah, Damar Adhiguna, A. S. (2017). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi STMIK CIC Dengan Teknik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic. *Desain Komusikasi Visual Dan Multimedia*, 7(1), 74–85.
- Fatah, A., Sari, D. A. P., Irwanda, I. S., Kolen, L. I., & Agnesia, P. G. D. (2023). PENGARUH LARANGAN IMPOR PAKAIAN BEKAS TERHADAP PENGUSAHA THRIFT. *JURNAL ECONOMINA*, 2(1), 1321–1328.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hartini, S. (2018). Perilaku Pembelian Smartphone : Analisis Brand Equity dan Brand Attachment. *Jurnal Mitra Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 75–86.
- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak, Analisis Elemen Copywriting dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(2), 169–184.
- Ilhamsyah, I. (2021). *Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books>.

- Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education India.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., Miquel, S., Bigné, E., & Cámara, D. (2000). *Introducción al marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1997). Social marketing: An approach to planned social change. *Social Marketing Quarterly*, 3(3–4), 7–20.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152–159.
- Latif, W. Bin, Islam, M. A., Mdnoor, I., Latif, W. B., & Noor, I. M. (2014). Builing Brand Awareness in the Modern Marketing Environment . *International Journal of Business and Technopreneurship*, 4(1).
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. *Jakarta : Erlangga*, 90.
- Muntholib, S. M., & Nugroho, A. D. (2014). *Orang Rimba di Pinggiran Kawasan Hutan Lindung Taman Nasional Bukit XII (TNBD) Provinsi Jambi*. Penerbit A-Empat.
- Nasution, A. S., Haswati, S. M. B., & Ilhamsyah, I. (2020). Perancangan Promosi Umkm Layanan Jasa Peminjaman Dan Membaca Buku 'pitimoss Fun Library' Di Bandung. *EProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Nathalia, L. A. S. & K. (2015). Desain Komunikasi Visual. *Aspek Desain Komunikasi Visual*, 172.
- Ni Luh Desi In Diana Sari. (n.d.). *Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk*. 43–52.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Priscilia Yunita Wijaya. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54.
- Purbasari, M., & Kuntjoro-Jakti, R. A. D. R. I. (2014). Analisis Asosiasi Kultural atas Warna: Sumatera I. *Humaniora*, 5(2), 889. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3182>

- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing analysis made easy*. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, N. I., & Marsidi, R. (2005). Mikroorganisme patogen dan parasit di dalam air limbah domestik serta alternatif teknologi pengolahan. *Jurnal Air Indonesia*, 1(1).
- Sari, A. N. (2015). Antioksidan Alternatif Untuk Menangkal Bahaya Radikal Bebas Pada Kulit. *Elkawnie: Journal of Islamic Science and Technology*, 1(1), 63–68.
- Setiadi, A. (2020). EFESIENSI BIAYA TRANSAKSI DALAM PENYESUAIAN PENETAPAN TARIF BARU: STUDI STRATEGI BERSAING GOJEK TERHADAP REGULASI BARU DAN BERTAHAN DI ERA PANDEMIK COVID 19. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 2(3), 86–97.
- Setyani, I. A. (2018). *Total Bakteri pada Telapak Tangan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Cairan Antiseptik*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Suhartono, A. W. (2004). Pentingnya Perilaku Konsumen Dalam Menciptakan Iklan Yang Efektif. *Nirmana*, 6(2).
- Suryani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pigmentasi Manusia. *Cermin Dunia Kedokteran*, 47(11), 682. <https://doi.org/10.55175/cdk.v47i11.1195>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. Media Pressindo.
- Wahyudi, S. (2022). *Slamet Wahyudi_COPYWRITING UNTUK MARKETING_Rev_2*.
- Waters, M. J., Rowlinson, S. W., Clarkson, R. W., Chen, C. M., Lobie, P. E., Norstedt, G., Mertani, H., Morel, G., Brinkworth, R., Wells, C. A., Bastiras, S., Robins, A. R., Muscat, G. E., & Barnard, R. T. (1994). Signal Transduction by the Growth Hormone Receptor. *Proceedings of the Society for Experimental Biology and Medicine*, 206(3), 216–220. <https://doi.org/10.3181/00379727-206-43745>
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis: Jangan Buat Strategi Bisnis sebelum Baca Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia.