

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abu, N. K. (2009). *Principles of Marketing*. Oxford University Press.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. (2012). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Angipora, M. P. (2002). *Dasar Dasar Pemasaran*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Anholt, S. (2003). *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*. London: Butterworth- Heinemann.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2001). *Principles of Marketing*. Prentice Hall
- Ashoer, M. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Batubara, M. M. (2011). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media
- Griffin, E., & Griffin, E. A. (2011). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif : Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.

- Hardiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu - ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2013). *Global Marketing*. Pearson.
- Kerr, G., Waller, D., Belch, G. E., Belch, M. A., & Powell, I. (2019). *Advertising: an Imc Perspective 4e*. McGraw-Hill Education (Australia) Pty Limited.
- Kismono, G. (2008). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (13th ed.). Jakarta, Erlangga.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Manajemen Pemasaran I* (13th ed.). (2009). Jakarta : Erlangga.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Ridwan Sanjaya, & Josua Tarigan. (2013). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.

- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Tindakan*. Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tarumingkeng, R., & Suwondo, C. (2017). *DIGITAL MARKETING & SOCIAL MEDIA ANALYTICS*. Halaman Moeka Publishing.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta, Andi.
- Todorova, G. (n.d.). *Trakia Journal of Sciences. Marketing Communication Mix*, 13, 368 - 374.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. FEB-UP Press.
- Yusuf, D. A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.

Jurnal

- Gumilang, A. (2015, Maret). *Jurnal Kewirausahaan*, 2.

Kusniadji, S. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8.

Kristianingrum, F. J., & Susanto. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Padepokan Seni Tari Parikesit Dalam Memperkenalkan Tarian Tradisional Gambyong Daerah Jawa Tengah*, 5, 27 - 40.

Simamora, P. R. T., Perwirawati, E., & Sihombing, D. P. (2019, Desember). Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dalam Memperkenalkan Festival Ketoprak Dor Sebagai Kearifan Lokal Kota Medan*, 4, 125 - 136.

Web

Ananda, R. P. (2021, November 30). *Menparekraf Sandiaga Ungkap Industri Fashion Salah Satu Tulang Punggung Ekonomi Kreatif Indonesia*. iNews. Retrieved May 18, 2022, from Menparekraf Sandiaga Ungkap Industri Fashion Salah Satu Tulang Punggung Ekonomi Kreatif Indonesia

Ekon. (2021, May 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Retrieved May 18, 2022, from UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Kemenparekraf. (n.d.). *Indonesia Menjadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia*. Kemenparekraf. Retrieved May 18, 2022, from Indonesia Menjadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia

OK OCE. (2021, September 20). *UMKM, Tulang Punggung Perekonomian Nasional* | *kumparan.com*. Kumparan. Retrieved Maret 29, 2022, from UMKM, Tulang Punggung Perekonomian Nasional | *kumparan.com*

Pamungkas, W. W. (2022, February 23). *Ekraf Jabar Masih Bergantung pada Kerajinan Tangan, Kuliner dan Fesyen - Bandung - Bisnis.com*. Bisnis Jabar. Retrieved May 18, 2022, from Ekraf Jabar Masih Bergantung pada Kerajinan Tangan, Kuliner dan Fesyen - Bandung

Pratama, A. M. (2018, October 23). *Kontribusi Ekonomi Kreatif Diprediksi Capai Rp 1.105 Triliun*. Kompas.com. Retrieved May 18, 2022, from Kontribusi Ekonomi Kreatif Diprediksi Capai Rp 1.105 Triliun

Super Buzz. (n.d.). *Unionwell: Ruang Kumpul Pecinta Kultur Motor* | *SUPERLIVE*. Superlive.id. Retrieved June 30, 2022, from Unionwell: Ruang Kumpul Pecinta Kultur Motor | *SUPERLIVE*