DAFTAR PUSTAKA

Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 301–313. https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876

Anggelina, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Enterpreneurship Journal (BEJ)*, *2*(2). https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771

Anggreani, T. F. (2021). Factors influencing SWOT: human resource development strategy, business strategy, and MSDM strategy (a literature review study on human resource management). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *2*(5), 619–629.

Ardani, T. A. (2005). Pengembangan Kreativitas Usaha Kafé Tenda Dan Warung Lesehan Melalui Pelayanan Prima Sebagai Upaya Berwiraswasta Untuk Mengatasi Pengangguran Di Kota Malang. *Psikoislamika : Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, *2*(2). https://doi.org/10.18860/psi.v0i0.337

Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *8*(3), 704–714. https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35854

Atmaja, B. T., & Kristanto, B. A. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Profesi*, *11*(02), 273–280.

Awuni, N. S., & Isni, K. (2022). Pengembangan Video Animasi Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Media Promosi Kesehatan Manfaat Buah dan Sayur. *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati*, *7*(2), 169. https://doi.org/10.35842/formil.v7i2.436

Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi*. *2006*, 2023. http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278

Daisy Ade Riany Diem, & Widiya Yulianti. (2020). Pemanfaatan Instgram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Instagram @Kaosdisablon di CV. Purwa Satya). *Jurnal Teknologika*, *10*(2), 15–20. https://doi.org/10.51132/teknologika.v10i2.77

Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, *12*(1), 65–71. https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132

Ersyad, F. A., Fanani, F., & Suhariyanto, S. (2021). Pelatihan Peningkatan Kompetensi Pembuatan Video Iklan Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari Kecamatan Genuk Semarang. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 56–60. https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i1.269

Febsri Susanti. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. *Jurnal Kbp*, *3*(1), 94–103.

Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset …*, *4*(3), 415–424.

http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605

Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Strategi Promosi*, *1*(April), 1–10.

Hilalina, D. A., Ichsannudin, I., & Kurniawan, R. (2022). Strategi Promosi Model Aida Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Okui Kopi Kediri. *Universitas PGRI Kediri*, ii–105. http://repository.unpkediri.ac.id/4987/%0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/4987/3/RAMA_61201_18102020007_0723105703_0730076804_01_front_ref.pdf

Ilhamiarsyah, U., Wijaya, R. F., Utomo, R. B., Komputer, S., Pembangunan, U., Budi, P., Informatika, M., Andre, M., & Pamoedji, K. (2018). *Implementasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi*. *9986*(September), 429–434.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, *1*(01), 25–32. https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296

Isti, P. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, *2*(1), 43–56.

Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, *11*(2), 220–233. https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7

Mathory, E. Ak. S., & Syahna. (2022). Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada Peningkatan Pengunjung Dewi Sri Waterpark. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, *4*(2), 105–119.

Maulani, G., Sasongko, N. J., & Mulyana, A. (2016). Pengembangan Media Promosi Pariwisata Kota Tangerang Dalam Bentuk Video Digital Pada Dinas Porparekraf. *ICIT Journal*, *2*(2), 207–220. https://doi.org/10.33050/icit.v2i2.35

Maya Sari, N. Z. (2018). Pengaruh Strategi Bisnis, Metoda Pengembangan Sistem (System Development Life Cycle), Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survei Pada Pt Len Industri Persero-Bumn Industri Strategis di Indonesia). *Sosiohumanitas*, *20*(2), 39–53. https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.110

Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.

Narti, S. (2016). Melihat Hubungan Masyarakat Dalam Praktik. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *3*(1). https://doi.org/10.37676/professional.v3i1.288

Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, *8*(2), 177–1828. http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/

Nirwana. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Eksistensi Kafe Di Kota Makassar. *Вестник Росздравнадзора*, *4*(1), 9–15.

Oktavianus, Y. (2019). Video Promosi Wisata Kuau Kuliek Nagari Sungai Buluah. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, *53*(1), 1689–1699. https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/a

e/article/view/106%0A

Pujaastwa, I. B. G. (2016). *Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi*. 1–11.

Purnama, I. (2020). Pengaruh promosi online dan endorsmen selebgram terhadap minat beli konsumen. *Youth &Islamic Economic Journal*, *1*(2), 14–20. http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/76%0Ahttps://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/download/76/62

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *2*(2), 137–144. https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84

Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, *2*(2), 143–150.

Rahayu, D. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, *09*(01), 27–36.

Raihan, F. (2023). *Pembuatan Video Sebagai Media Promosi Pada Kopi Rhafatha*.

Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan

Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *10*(1), 9–14. https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25

Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, *1*(1), 18–25. https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *8*(1), 147. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870

Setiawan, B. (2017). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan*, *3*(1), 1–12.

Soeyono, D. (2018). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, *3*(2), 95–107.

Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media Video Promosi Pada Roofpark Cafe & Restaurant Pucak Bogor Jawa Barat. *Technomedia Journal*, *5*(2 Februari), 220–234. https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448

Swift, D. A. (1981). The electrical discharge. *Contemporary Physics*, *22*(1), 37–60. https://doi.org/10.1080/00107518108231514

Sya'dian, T., & Purba, R. (2021). Pembuatan Video Promosi UMKM Rendy Handycraft. *Abdimas Budi Darma*, *2*(1), 1–5.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, *6*(2), 83–88. https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8

Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, *2*(1), 107–116.

Thufail, A. A., Ihsan, & Mujahid, L. M. A. (2022). Analisis Karakteristik Lokasi Warung Kopi di Kota Makassar. *Jurnal WKM*, *10*(2), 170–176.

Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(3), 155–159. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112

Y. Ningsih & E. Oemar. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Barik*, *2*(3), 97–110. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/