DAFTAR PUSTAKA

Amelia, T., Erwin, T. H., Widiyanti, R., Niaga, J. A., Bandung, N., & 40012, B. (2022). *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*. *ejournal.sisfokomtek.org*

Amir, S. P., & Muhammad, D. A. (2024). PEMBUATAN KATALOG PRODUK DIGITAL DI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOPI LOKA CREATING A DIGITAL PRODUCT CATALOG ON INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR LOKA COFFEE. *Jurnal Administrasi Terapan*, *2*.

Ayu Pratiwi, D., Abidah, D., Hajar Ilhami, F., Husna, F., Alfi Fitri Farida, N., Putri Ariyanti, M., Lailatul Munawaroh, S., Putri, W., Jazuli Afandi, A., & Kediri, I. (n.d.). *Dinda Ayu Pratiwi et al| Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui ….. Korespondensi: Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pembuatan E-Katalog Di Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri*. https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare

A., Ariyani, A., & Fauzi, A. (2022). *PEMBUATAN MEDIA PROMOSI TAMBAHAN BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS UNTUK MENARIK MINAT BELI PADA AYA ATELIER JOMBANG*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*

Hakim, L. (2020). Pemilihan Platform Media Pembelajaran Online Pada Masa New Normal. *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi*, *3*(2), 27. https://doi.org/10.31764/justek.v3i2.3516

Idris, J., Syuhada, S., & Rahman, A. (2017). Aida Model, Social Media Marketing and Decision to Patronize of Muslim Friendly Hotel. In *Journal of Management & Muamalah* (Vol. 7, Issue 2).

WR Haraka., Uin, P., & Palembang, R. F. (2021). PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN Wahfiuddin Rahmad Harahap. In *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)* (Vol. 6, Issue 1).

Iqbal, M. (2020). PENGARUH PELAKSANAAN E KATALOG DALAM PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH TERHADAP UMKM. *Jurnal USM Law Review*, *3*.

Mariam, S., Ramli, A. H., Ekonomi, F., Bisnis, D., Unggul, U. E., & Id, S. M. A. (2022). Pengenalan Digital Marketing E-Katalog bagi UMKM Binaan Jakpreneur. In *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 5, Issue 1). http://ojs.stiami.ac.id

Purna Yudha, E., Kurniawan, A., Moch, D., & Hermawan, F. (2023). *DAYA TARIK KONSUMEN TERHADAP PASAR MODERN VERSUS PASAR TRADISIONAL*. *jurnal.unigal.ac.id*

Rahmanatasya, L., & Khabibah, U. (2023). EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DENGAN PEMBUATAN E-CATALOG MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA PRO PADA UMKM REZA_LINTACRAFT MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *9*. www.canva.com

Suryono, A., Rahayu, Y. D., Winasis, M. A., & Murod, M. F. N. (2021). E-Katalog dalam Pemasaran Barang/Jasa Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Community Development*, *2*(2), 66–69. https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.33

Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2). *journal.um-surabaya.ac.id (Vol. 12, Issue 2).*

Yulistina, D., & Arianti, B. D. D. (2019). E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. *EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika*, *3*(2), 45–52. https://doi.org/10.29408/edumatic.v3i2.1766

DSH, Syam (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI LAYANAN, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP RATULANGI IAIN PALOPO*. Jurnal Aplikasi Bisnis.

Fajar Awaludin, M., Dwi, B. M., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (2020). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE DI BUKALAPAK MENGGUNAKAN MODEL AIDA. In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1).

DS Johar, S Kumadji, MK Mawardi (2015), pengaruh aida attention interest desire action terhadap efektifitas iklan online (survei pada pembeli di toko online adorable project) *Jurnal Administrasi Bisnis.*

Kurniawati Kania Nia, W. W. N. A. I. M. P. M. N. H. M. C. I. (2022). *1797-Article Text-4893-2-10-20220626*.

Shofian, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2015). *Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super)*. journal.um-surabaya.ac.id (Vol. 12, Issue 2).

Tristanto, T. A., & Hurriyati, R. (2023). AIDA Model as a Marketing Strategy to Influence Consumer Buying Interest in the Digital Age. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.3319