

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningtyas Rosita, Iriyani Siska. (2015). *Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Pada Smp Negri 3 Tulakan, Kecamatan Tulakan Kabupaten Pacitan. Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(2), 16.
- Khairul, dkk. (2018). *Implementasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Penjualan Rumah. Seminar Nasional Royal : Jurnal.stmikroyal.ac.id*, 1(1), 1.
- Laksono, Suryadi. (2020). *Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas merek pada pelanggan geprek benu di kota malang: Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 10.
- Pratama, dkk. (2022). *Pemanfaatan presidensi g20 sebagai sarana marketing dan branding ekonomi kreatif pada era pandemi covid-19: Jurnal Manajemen dan sumber daya*, 1(1), 32.
- Sulistiyawati, M., Jumain, & Mufarikhin. (2019). *Analisis pengaruh harga, media promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via online (Studi Kasus Pada Konsumen Party Partner Online). Studi Manajemen*, 36–50.
- Handayani, F., & Nuzuli, A. K. (2021). Analisis Semiotika Logo Dagadu. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 3(1), 58–72. <https://doi.org/10.32939/ishlah.v3i1.44>
- Keimigrasian, U.-U. N. 6 T. 2011 tentang. (2011). No Title p . *Phys. Rev. E*, 24.
- Penelitian, L. B. (2008). Bab I رَوَات لَوْ عَرَّامَ كُفُّ دَاؤُ لَوْ لَوْ سَا كُمَ ثَلَانِ ه. 120–1. نَفَمَ رَاع.
- Wardana, G. W. (2023). *PEMBANTUKAN USAHA Abstrak. 02*, 449–453.
- Setiawan, M. W., & Rizkiantono, R. E. (2016). Perancangan T-shirt Sebagai Suvenir Kota Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 5(2), 282–283.
- Rukiah, Y., SaPointodewo, F., & Ranuhandoko, F. C. N. (2021). Perancangan Banner dan Sticker Sebagai Media Promosi UMKM Soto Tangkar Bang Dul. *SENADA : Semangat Nasional Dalam Mengabdikan*, 2(1), 93–102.
- Lengkong, O., Wahyudi, A. K., & Najooan S. H, A. (2018). Media Informasi Brosur Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat menggunakan

Augmented Reality Dalam Bentuk Video. *Techno.Com*, 17(2), 122–133.
<https://doi.org/10.33633/tc.v17i2.1621>

Aco, A. N., & N. (2016). Pengaruh Religius, Promosi dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada *POINT*. *Bank Muamalat Cabang Mamuju*. 1–23.

Purwono. (2017). Konsep dan definisi. *Evaluation*, 16.

<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/PUST2241-M1.pdf>

Mita, R. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 11, Issue 2, pp. 71–79).

Ii, B. A. B., Pustaka, T., & Kerangka, D. A. N. (2015). (Sugiyono, 2015:335) . 12–27.

Majid Sutarya, A. (n.d.). *PENANDA BUDAYA VISUAL PADA DESAIN KEMASAN JAMU TRADISIONAL BANYUWANGI JAWA TIMUR*.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/index>

