

## DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, M. F., Lisma, Syamsi, N., Atmayani, Irfan, Rusdianto, M. A., & Sapar. (2024, Juli). Meningkatkan Kreativitas Usaha Sablon Baju DTF. *Meningkatkan Kreativitas Usaha Sablon Baju DTF, Vol. 2, No. 2*(Universitas Muhammadiyah Palopo, ULINA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat), Halaman 8-14. <https://ejournal.umbp.ac.id/index.php/lofian/>
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assael, H. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Action*. PWS-KENT Pub.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta Selatan: Media Kita.
- Basrowi, & Suswandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Black, J. A., & Champion, D. J. (2009). *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Dajan, A. (1986). *Pengantar Metode Statistik II*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Hardiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Isono, S., & Heryadi. (2001). *Pengembangan Usaha Kecil*. Bandung: Yayasan Akatiga.

- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Lopis, J. T., & Prihartina, Y. I. (2023). *Penerapan Direct Transfer Film (DTF) dengan Motif System Neuron Jellyfish pada Busana Evening Gown, Vol 4 No 1 (2023)*(BAJU: Journal of Fashion and Textile Design Unesa), 87-96.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/baju/article/view/52870>
- Machado, C., & Davim, J. P. (Eds.). (2016). *MBA: Theory and Application of Business and Management Principles*. Springer International Publishing.
- Moleong, L. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (1988). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pratama, R. K. (2016). *Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Atribut Bola Basket Sebagai Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen*, (Fakultas Ilmu Sosial Universitas Brawijaya).
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi pemasaran: Strategi dan taktik dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT / Ilham Prisgunanto*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Purwanto, E. (2020). *Digital Marketing Challenges and Strategies in the Era of Social Media*. *Journal of Business and Marketing*, 7(2), 45-57.
- Rakhmat, J. (2019). *Manajemen Kampanye Edisi Revisi - Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Setiawan, L. (2018). *Instagram Business Roadmap*. Jakarta: Mangrove Inspiration.
- Subagyo, J. P. (1991). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudaryono. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suprati, S. (n.d.). *Ekonomi dan Bisnis* [Vol.VII No.2].
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret Press.

Suwatno. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.

Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau, Vol. 29, No. 1, Juni 2018*(Jurnal Ekonomi KIAT Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia), 1-9.

Tan, A. S. (1981). *Mass Communication Theories and Research*. Ohio: Grid Publishing.

Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.

Wijaya, B. S. (2012). *The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising. International Research Journal of Business Studies*, 5(1), 73-85.

#### **Sumber Internet:**

\_\_\_\_\_. (2021). *Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & Ekonomi Kreatif*. diakses melalui: <https://bankdata.kemenparekraf.go.id> [Agustus 2024].

\_\_\_\_\_. (\_\_\_\_). *Penjelasan Lengkap Tentang Sablon DTF: Dari A-Z*. diakses melalui: <https://laysander.com/tekstil/penjelasan-lengkap-sablon-dtf/> [Agustus 2024]

\_\_\_\_\_. (2023). *Prediksi tentang Printer DTF untuk Tahun 2024*. diakses melalui: <https://rhinotec.co.id/prediksi-tentang-printer-dtf-untuk-tahun-2024/> [Agustus 2024]

\_\_\_\_\_. (2024). *Sablon DTF dalam Dunia Printing, Pahami dari A-Z*. diakses melalui: <https://suksecorp.co.id/sablon-dtf-dalam-dunia-printing/> [Agustus 2024]

Hidayah, Fitri Nur. (2023). *Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia*. diakses melalui: <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg> [Agustus 2024]

Syifa. (2021). *ERIGO MAKES ITS WAY TO NEW YORK FASHION WEEK, HERE'S HOW IT ALL STARTED*. diakses melalui: <https://thesmedia.id/posts/erigo-makes-its-way-to-new-york-fashion-week-here-s-how-it-all-started> [Agustus 2024]

