

DAFTAR PUSTAKA

- Azizi, E., & Rachmadi, A. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Anggaran Pendidikan Profesi pada Kantor Jasa Penilai Publik Sudiono Awaludin dan Rekan. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1), 31–38.
- Cantika, E. P., Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *PEMASARAN BISNIS BAJU TIE DYE SECARA ONLINE*.
- Diba, F., & Wahyuningsih, U. (2021). Studi Literatur : Pelatihan Ikat Celup Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Penggunaan Pewarna Alam. *E-Journal*, 10(1), 127–136.
- Dr.farida Nugrahani, M. H. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa.(1), 305. <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Edi Eskak. (2013). Mendorong Kreativitas Dan Cinta Batik Pada Generasi Muda : Kritik Seni Karya Pemenang Lomba Desain Batik Bbkb 2012. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 30(1), 1–10.
- Fay, D. L. (1967). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 52–100.
- F, K. Ge. (2018). Tinjauan Pustaka Dan Kerangka Pemikiran Bab Ii. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12–65.
- Gleuck, J. dan. (2015). *Jauch dan Gleuck*. 10–31.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2014). *No Title*. 10–17.
- Ii, B. A. B., Mardiana, G., Walk, S., & Jalan, D. (2011). *Unikom_Ricky Aditya S_41815125_Bab Ii*. 15–54.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, A. K. (1996). *“Public relations practice is deliberate,*

planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public.” 20–67.

- Ii, B. A. B., & Teori, L. (2013). *Kata Depan Yang Artinya Dengan Atau Bersama Dengan, Dan Kata.*
- Istianah, A. (2012). *Pelaksanaan Upacara Adat 1 Sura Di Desa Traji Kecamatan Parakan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah (Bab Ii).* 1–30.
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Jayani, I., & Ruffaida, F. S. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 8, 274–282.
- Karina, S. (2019). *ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL DALAM MENGEMBANGKAN USAHA (Studi Pada Pemilik Usaha Durian Kecamatan Medan Baru).*
- Klimova, L., & Coetzer, B. (1992). Communication planning tools. *IEEE AFRICON Conference*, 1992-September, 634–636. <https://doi.org/10.1109/AFRCON.1992.624564>
- Lily, F. H. (2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Batik Dwi Hadi Surakarta. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–19.
- Lisaria Putri, R. (2016). Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar. *Jurnal WRA*, 4(2), 813–828.
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v1i5.p819-826>
- Merieska, P., & Meiyanto, I. S. (2019). Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda.

- Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(1), 13.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.42394>
- Nurseto, T. (2012). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1).
<https://doi.org/10.21831/jep.v1i1.675>
- Nur, A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Gonggong “Lawana” Tanjung Pinang dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP*, 5(1), 11.
- Pratiwi, R, A. dan S. (2016). Pengaruh Lama Pemeraman Terhadap Hasil Jadi TIE DYE Pada Kain Katun. *E-Journal*, 5(3), 60–68.
- Produk, P. K., & Lokasi, D. A. N. (2019). *Jurusan Ekonomi Syaria’ Ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto*.
- Putriana, C. H. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Melestarikan Batik Semarang*.
- Rambe, R. (2019). Menjadi Pengusaha Muda. *Sindimas*.
<http://www.sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/view/593>
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 255.
- Semuel, H., Wijaya, S., & Alianto, C. (2021). Pengaruh Usability, Information Quality, Dan Interaction Quality Terhadap Web Revisit Intention Dan Purchase Intention Website Bali Tourism Board. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 28–38. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.28-38>
- Wardoyo, S. (2016). *Wardoyo Sugeng; Widodo Suryo Tri, 2018*.
- Widodo, S. T. (2013). Kriya Tekstil Tie-Dye (Ikat Celup): Sebuah Media Eksplorasi Estetis Yang Populer. *Corak*, 1(2). <https://doi.org/10.24821/corak.v1i2.347>