

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyantiningih, F., Pramitasari, T. D., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2024). PKM BATIK : PENGEMBANGAN POTENSI BATIK SITUBONDO. 352–361.
- Andriansyah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Percetakan Digital Di Kecamatan Senen Jakarta Pusat. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 342-351.
- Bismala, L. (2007). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. 19–26.
- Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi komunikasi pemasaran jamu tradisional di era teknologi digitalisasi 4.0. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 1(3), 233-248.
- Darus, P., & Agung, U. D. (1990). Oleh : 60–73.
- Hardiani, M., & Rifandi, M. (2023). Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Sidomoyo Kecamatan Godean, DI Yogyakarta. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(1), 211-221.
- Heningadi, N. T., & Sulistyani, H. D. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Honda Big Bike Astra Motor Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan.
- Izzuddin, A., & Halim, M. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Batik Jember: Pendekatan Etnografi Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 11(1), 190-199.
- Magdalena, E. C. R., & Pamungkas, I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan di Jawa Barat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 360-367.
- Nyak, T., & Medan, D. (2018). Hambatan Komunikasi yang sering dihadapi dalam Sebuah Organisasi. *Al-Hadi*, 4(1), 825-834.
- Oktaviani, L., Anwar, Z., & Latifah, E. N. (2024). STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI HOME INDUSTRI MAULANA.
- Pramusinta, B. D. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “ Coffee Marroan ” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. 2, 1–15.
- Reskia Hutari, Z. (2022). *Analisis Mix Promotion Kedai Kopi'V Coffee'di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

- Rusdin, F. R., Taslim, M., & Jamal, M. N. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Penjual Pakaian Tradisional di Pasar Sentral Sengkang dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Online. *KOMANDAN (Jurnal Komunikasi, Opini, Media dan Narasi)*, 1(1), 50-58.
- Saed, E. K. P., & Lodra, I. (2022). Makna Simbolik Motif Batik di “Batik Rengganis” Kabupaten Situbondo Jawa Timur. *Jurnal Seni Rupa*, 10(5), 67- 77.
- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian literatur peran integrated marketing communication (imc) dalam mempertahankan loyalitas konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 259-267.
- Sari, E. N., & Aji, G. G. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Lochatara Sebagai Produk Lokal Kediri dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. *The Commercium*, 7(1), 100-111.
- Sasongko, A. D. W., Widadi, Z., Lestari, R., & Lestari, H. P. (2023). Kajian Estetika Pada Batik Rengganis Selowogo Dalam Konteks Identitas Budaya. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(5), 344-351.
- Sundayani, I. D., & Aprizal, Y. Z. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan (Omzet) Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pedagang Pasar Rakyat Aurduri Kota Jambi). *Journal of Sharia Economics*, 7(1), 211-221.
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital@ Right. Store melalui pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73-83.
- Zannah, N., & Syahminan, M. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi TM 100 dalam Meningkatkan Penjualan di Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(2), 525-538.
- Zaky, M. (2024). Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan State. 2(5), 207–219.