

DAFTAR PUSTAKA

INTERNET

Kulit Pisang Kaya Akan Manfaat, Benarkah? (halodoc.com)

JURNAL

Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>

Armstrong, Kotler 2015. "Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc

Armstrong, G. & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.

BPS. (2016). <https://www.bps.go.id/>

Evelina L. 2013 (23 November). Khalayak Sasaran Kampanye PR. Tersedia di: <http://ueu6019.weblog.esaunggul.ac.id/2013/11/23/khalayak-sasarakampanye-pr/?nrioclnydgmywsrp?jzwsbjbscesi qgmp>

Gunawan, H. M. (2014). Pemberdayaan Umkm dan Upaya Pengentasan Kemiskinan di Daerah: Sebuah Telaah Konsep. <http://dspace.upsurabaya.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/781>

Hariyani, N., Farida, S., & Ferdian, M. A. (2023). Studi karakteristik fisikokimia produk olahan kerupuk kulit pisang berdasarkan jenis pisang Dan rasio tepung tapioka dengan kulit pisang. *Jurnal Pengolahan Pangan*, 8(2), 89-96. <https://doi.org/10.31970/pangan.v8i2.112>

Karim Dewi Shanti Meyske, Abd Rahmad Pakaya, & Djoko Lesmana Radji. (2022). Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Tinelo Putri di Desa Popalo Kabupeten Gorontalo Utara Kecamatan Anggrek. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 576 – 582. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

- Laughlin, P. (2014). Holistic customer insight as an engine of growth. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16(2), 75-79. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2014.59>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Cetakan Ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Maulana, Amalia.E, 2009, *Consumer Insights Via Ethnography*, Erlangga, Jakarta.
- Mengenal Consumer Insight dalam Meningkatkan Penjualan | StickEarn
- Mirza, I. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70-75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Prautami, I. (2022). Efektivitas Promosi melalui media Sosial Instagram Dan Facebook @Abouttng pada UMKM Di Kota Tangerang. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 8(2), 153-164. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6991>
- Santrock, J, W, (2011). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)* Jakarta:Erlangga.
- Thamrin, H. and EW Pamungkas. A Rule Based SWOT Analysis Application: A Case Study for Indonesian Higher Education Institution.*Procedia Computer Science* 116 (2017) 144 - 150.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Andi.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial Dan e-Commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Venus, Antar (2011). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dalam mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung, PT. Simbiosis Rekatama Media

SKRIPSI / TESIS

Fauzi, A. N. (2015). *Tinjauan Persepsi Visual Sampul Depan Majalah Concept Edisi Ke 26 Volume 05 Tahun 2008*. (Skripsi, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia: Bandung). Diakses dari <https://elib.unikom.ac.id/>