

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Rahmawati, (2023). Manajemen Pemasaran. Pustaka Baru Press.
- Darsana, dkk., (2023). Strategi Pemasaran. CV. Intelektual Manifes Media.
- Hardani, dkk., (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.
- Widodo, dkk., (2023). Buku Ajar Metode Penelitian.
- Natsir, (2023). Pengembangan Alat Permainan Edukatif Anak Usia Dini.
- Landa, (2014). Graphic Design Solutions (5th ed.). Beverly: Clark Baxter.
- Landa, (2019). Graphic Design Solutions (6th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Ariyadi, W. (2020). Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi sukses
Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran. Anak Hebat Indonesia.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.
Jakarta: Media Kita.
- Kingsnorth, S. (2016). Digital marketing Strategy: an Integrated Approach to
Online Marketing. Kogan Page.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan.
Penerbit Andi.
- Anitah, Sri. 2008. Media Pembelajaran. Surakarta :Panitia Sertifikasi Guru Rayon
13 Surakarta.
- Asep ST. Sujana. (2005). Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern.
Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). *Manajemen Event*. PT.
RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Marcus, Sudjojo. (2010). Tak-Tik Fotografi. Jakarta: Bukune.

Jurnal

- Mardiana Mardiana, & Mutia Mawardah. (2020). PERMAINAN EDUKATIF MEDIA PUZZLE WARNA-WARNI UNTUK MELATIH MOTORIK HALUS PADA ANAK TK IT FATHIYYAH KOTA PALEMBANG. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1). <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.390>
- Muhammad Agustrian, & Setiawan, S. (2022). PERANCANGAN MAINAN EDUKASI BERBAHAN KAYU UNTUK ANAK USIA 3 TAHUN. *FAD*. <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/1099>
- Saputra, A. (2019). PERMAINAN EDUKATIF UNTUK ANAK USIA DINI. *PELANGI: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Islam Anak Usia Dini*, 1(1). <https://doi.org/10.52266/pelangi.v1i1.283>
- Wulandari, D. (2019). Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur - IAIN Metro Digital Repository. *Metrouniv.ac.id*. <http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/914/1/SKRIPSI%20DEWI%20WULANDARI%20NPM.1502100171.pdf>.
- Vevi, Jani. Resepsi Khalayak Terhadap Konten Reels Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Seputar Kuliner (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019 Followers @Malangfoodies), <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3102/1/PENDAHULUAN.pdf>.
- Walandouw, J. A., Worang, F. G., & Wenas, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Pariwisata pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 340-349
- Gunawan, Agnes Paulina. (2013). Pengenalan Teknik Dasar Fotografi. journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3460/2846

- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media'. *Business Horizons* 53(1): 59–68
- Antasari, C. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176-182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Fujiawati, F. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni*
- Permana, E., Ahyani, S., Ramadhanti, D., & Ananda, D. (2023). Strategi pemasaran dalam membangun brand awareness produk Camille Beauty melalui platform Tiktok. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 90-99.
- Oktarina, S., & Gunawan, D. I. (2024). Pendampingan Penggunaan Media Pemasaran Berbasis Digital Pada Umkm Hakim Mainan Edukasi. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 01-06.
- Atha, M. A. (2023). Pengembangan Promosi Brand Lokal Bagi Kontribusi Umkm Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 8(01), 38-47.
- Frank, M. G., and Thomas Gilovich. 1988. The Dark Side of Self and Social Perception: Black Uniforms and Aggression in Professional Sport. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 54, No. 1.
- Nasitoh, S., Handayani, Y., & Maribeth, A. L. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tumbuh Kembang Anak Usia 0-2 Tahun: Tinjauan Literatur. *Scientific Journal*, 3(4), 221-231.

Marlina, S. (2021). Dampak pembelajaran saat pandemi dalam menstimulasi kemampuan sosial anak di TK negeri pembina 01 Pancung soal Pesisir Selatan. *Early Childhood: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 98-108.

Mangifera, Pramesti, & Dewi. (2016). Efektifitas katalog sebagai media promosi bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Sragen: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 43-47.

Anak Agung Gede, B. M., & I Nengah, S. N. (2024). Perancangan Fotografi Produk Untuk Konten Media Sosial Falala Chocolate Di Quarantesix Studio.

Rezkie, D. P. (2024). Analisis Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM di Era Digital: *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*.

Website

Radarpasuruan.jawapos.com. (2025). Prospek Cerah Bisnis Mainan di Indonesia. Diakses pada 12 Januari 2025, dari <https://radarpasuruan.jawapos.com/nasional/2194933330/prospek-cerah-bisnis-mainan-di-indonesia>

Wearesocial.com. (2023). Special Report Digital 2023. Diakses pada 12 Januari 2025, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Gramedia.com. (2022). Ukuran Spanduk dan Banner: Bahan, Jenis, Fungsi dan Kelebihan. Diakses pada 14 Januari 2025, dari https://www.gramedia.com/best-seller/ukuran-spanduk-dan-banner-bahan-jenis-fungsi-dan-kelebihan/?srsId=AfmBOOoaRtD6xoXyIhoXnhF9IAjPQVtsCQBZ0SvlcrV6wwogwQyMew_o#Pengertian_Spanduk_dan_Banner