

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (ke-10). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Galih, B. (2017). *2 Oktober 2009 UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia dari Indonesia*.
<http://nasional.kompas.com/read/2017/10/02/08144021/2-oktober-2009-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia?page=2> (diakses pada 12 September pukul 18.36 WIB).
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (Fifteenth Edition)*. In *The great impulse challenge*.
[http://www.academia.edu/43149974/Kotler Principles of Marketing 15th Global Edition c2014](http://www.academia.edu/43149974/Kotler_Principles_of_Marketing_15th_Global_Edition_c2014)
- Kompas Jateng, K (2021). *Tak Ada Wisatawan, Omzet Batik Semarang Turun 75 Persen*.
<http://www.kompas.tv/artice/143134/tak-ada-wisatawan-omzet-batik-semarangan-turun-75-persen> (diakses pada 11 September pukul 01.20 WIB).
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan. Qiara Media.
<http://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Nugroho, H. (2020). *Pengertian Motif Batik dan Filosofinya*.
http://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/pengertian_motif_batik_dan_filosofinya_0 (diakses pada 13 Sept pukul 15.40 WIB).

- Purbo Hastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <http://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Rohmatin, Z., Hairunnisa, Sary, & Arum, K. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Roti Gembong Happy Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. ejournal.ilkom.fisip-unmul.org
- Rohidin, R. (2007). *Analisis Data Kualitatif (Matthew B. Miles & A. Michael Huberman)*. Jakarta. Universitas Indonesia.
- Sebayang, R., Sugesti, A., & Nisa, R. F. (2017). Promosi Kampung Batik Semarang Melalui Sosial Media untuk Meningkatkan Eksistensi serta Penjualan Batik Hasil Produksi Kampung Batik Semarang. *ISEI Business and Management Review*, 1(1), 25–29.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Strauss, & Corbin. (2003). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yudha, B., Billah, M., Ma, S., Perencanaan, D., Teknik, F., Diponegoro, U., & Soedarto, J. P. (2021). Alternatif Upaya Ketahanan Pelaku Home-Based Enterprises (HBE) Batik Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kampung Batik Semarang. *Jurnal RIPTEK*, 15(1), 70–79. (diakses pada 12 Sept pukul 17.30 WIB)