

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Rizal. (2023, October 19). *Bagaimana Cara Menggunakan Efek AR Effect House dalam Video TikTok?* https://infokomputer.grid.id/read/123921678/bagaimana-cara-menggunakan-efek-ar-effect-house-dalam-video-tiktok#google_vignette.
- Alhaddad, A. A., & Alhaddad, A. (2015). Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 3(4), 1–08. www.questjournals.org
- Ardhianto, E., Hadikurniawati, W., & Winarno, D. E. (2012). Augmented Reality Objek 3 Dimensi dengan Perangkat Artoolkit dan Blender. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 17(2), 107–117.
- Asyari, A., & Mirannisa, M. (2022). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Minat Belajar di MA Miftahul Ishlah Tembelok. *ISLAMIKA*, 4(3), 421–432. <https://doi.org/10.36088/islamika.v4i3.1977>
- Basit, A., Purwanto, E., Kristian, A., Pratiwi, D. I., Krismira, Mardiana, I., & Saputri, G. W. (2022). Teknologi Komunikasi Smartphone Pada Interaksi Sosial. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.3254>
- BİLGİN, Y. (2018). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.15295/v6i1.229>
- Elisa Usada. (2014). Rancang_Bangun_Modul_Praktikum_Teknik_Digital_Berb. *Jurnal Infotel*, 6(2).
- Febrian Nugraha, A., Ramdhan, S., & Puspitasari, N. D. (2023). *IMPLEMENTASI FILTER AUGMENTED REALITY SEBAGAI STRATEGI BRAND MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN* (Vol. 17, Issue 2). <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/index>
- Gusman, R., & Apriyani, M. E. (2016). Analisis Pemanfaatan Metode Markerless User Defined Target Pada Augmented Reality Sholat Shubuh. *JURNAL INFOTEL - Informatika Telekomunikasi Elektronika*, 8(1), 64–70.
- Heru Vitono, Helfi Nasution, & Hengky Anra. (2016). 13430-40869-1-PB (1). *Implementasi Markerless Augmented Reality Sebagai Media Informasi Koleksi Museum Berbasis Android (Studi Kasus : Museum Kalimantan Barat)*, 4(2).

- Nuraeni Mitra, S., Qomariyah, S., Rahmawati, S., Madani Nusantara, I., Barat JILio Balandongan Sirnagalih, J., Begeg No, J., Sukabumi, K., & Barat, J. (2023). *JURNAL ILMU PENDIDIKAN Peran Metode Mind Mapping Dalam Meningkatkan Berpikir Sistematis Pada Siswa Di SMP Islam Hegarmanah Sukabumi*. 3(1).
- Lanier, L. (2010). *Profesional Digital Compositing: Assential Tools And Techniques*. (108th ed.).
- Masrura, A. F., & Anistyasari, Y. (2022). Implementasi Augmented Reality Marker Based Tracking pada Aplikasi Interaktif Pengenalan Alat Musik Tradisional Bonang Jawa Berbasis Android. *Journal of Informatics and Computer Science*, 03.
- Mustaqim, I. (2016). PEMANFAATAN AUGMENTED REALITY SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 13(2), 174.
- Nasruddin, H. A. D. L. (2018). Pengenalan Jenis Laptop menggunakan Metode Markerless. *E-ISSN 2540-7902 Dan p-ISSN 2541-366X*, 3.
- Nurhadi, & Mulyadi. (2018). *Rancang Bangun Aplikasi Augmented Reality Berbasis Face Tracking untuk mendeteksi Wajah Peserta Wisuda* (Vol. 13, Issue 1).
- Ramadayanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Riyadli, H., & Muhammad Yogi Ramadhan, A. (2022). TEKNIK 3D TRACKING UNTUK MEDIA INFORMASI VISUAL OBJEK WISATA PALANGKA RAYA. In *Jurnal Sains Komputer dan Teknologi Informasi e-issn* (Vol. 5, Issue 1).
- Sari, S., Jurusan Admiistrasi Niaga, D., Negeri Ujung Pandang, P., & Jurusan Admiistrasi Niaga, M. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). www.wartakita.id
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Steven Pragestu, H. S. A. B. P. N. (2015). *Implementasi Augmented Reality dengan Memanfaatkan GPS Based Tracking pada Sistem Pengenalan Gedung Universitas Tanjungpura*. 1.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*

Vallino, J. (n.d.). *Interactive Augmented Reality.*
<https://www.researchgate.net/publication/48304573>

Widiyono, S. Kep. , Ns. M. K. (n.d.). "*MIND MAPPING.*" <https://limaaksara.com>